TRƯỜNG ĐẠI HỌC sư PHẠM THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
PGS.TS. Huỳnh Văn Sơn (Chủ biên)

TS. Nguyễn Thị Tứ, TS. Bùi Hồng Quân

TS. Nguyễn Hoàng Khắc Hiếu

TÂM LÝ HỌC GIAO TIẾP

NHÀ XUẤT BẢN

ĐẠI HỌC SƯ PHẠM TP HỒ CHÍ MINH

MỤC LỤC

Giáo trình TÂM LÝ HỌC GIAO TIẾP

PGS. TS Huỳnh Văn Sơn (Chủ biên), TS. Nguyễn Thị Tứ

TS. Bùi Hồng Quân, TS. Nguyễn Hoàng Khắc Hiếu

Chỉ đạo tổ chức biên soạn giáo trình:

Hiệu trưởng Trường Đại học Sư phạm TP Hồ Chí Minh

Quyết định thành lập Hội đồng thẩm định giáo trình:

Số 2853/QĐ-ĐHSP ngày 30 tháng 11 năm 2016 của Hiệu trưởng Trường Đại học Sư phạm TP Hồ Chí Minh

Quyết định phê duyệt sử dụng giáo trình:

Số 2965/QĐ-ĐHSP ngày 13 tháng 12 năm 2016 của Hiệu trưởng Trường Đại học Sư phạm TP Hồ Chí Minh

Mã số sách tiêu chuẩn quốc tế- ISBN: 978-604-947-651-8

LỜI NÓI ĐẦU

Tâm lý học không chỉ là khoa học hiện tượng tinh thần trong đời sống của con người trên bình diện lý thuyết mà còn trở thành một hoa hoc mang tính ứng dụng cao. Việc tìm hiểu tâm lý của con người, giải mã những hành vi, thái độ - cảm xúc đem đến những cơ sở hết sức quan trọng nhằm giúp cho sự tương tác giữa người và người diễn ra một cách hiệu quả

Vấn đề giao tiếp là một trong những vấn đề căn bản trong đời sống của con người. Không có giao tiếp, con người sẽ không thể tồn tại. Không có giao tiếp, xã hội như những gì

thuộc về văn minh và những gì thuộc về văn minh của con người có thể cũng không tồn tại. Giả định không có giao tiếp lá thành sự thật nếu con người còn tồn tại là còn giao tiếp.

Tâm lý học không chỉ chạm đến những vấn đề chung trong đời sống con người mà rất quan tâm đến những biểu hiện đời thường của cuộc sống, những hoạt động cua con người trong đó có vấn đề giao tiếp. Với thế mạnh của mình. Tâm lý học đời sống tâm lý, như một nhu cầu văn hoá, một hành vi giáo dục nào đó. Tâm lý học giao tiếp ra đời và trở thành một khoa học mang tính ứng dụng đặc biệt.

Những nguyên tắc hay phương châm sống dưới góc nhìn giao tiếp được Tâm lý học giao tiếp khai thác một cách triệt để trên bình diện Tâm lý học. Không chỉ nhìn về hành vi và cảm xúc của con người để giải mã, Tâm lý học giao tiếp còn tiếp cận tất cả những vấn đề đã nêu dưới bản sắc tâm lý. Nhìn giao tiếp như một hoạt động có cấu trúc đặc biệt, “lẩy” những cái lỗi của giao tiếp trên bình diện tương tác giữa người và người dể đưa ra những nhìn nhận rất tâm lý và rất nhân văn.

Có thể nhận định rằng Tâm lý học giao tiếp dù là một chuyên ngành không quá mới nhưng tính lý thú và sự hấp dẫn của nó thì đầy ắp. Nhưng nguyên tắc giao tiếp được nâng lên theo thời gian khi con người cũng dần phát triển và xã hội cũng không ngừng tiến lên. Không chỉ dừng lại ở việc nghiên cứu các quy luật chung hay các vấn đề giao tiếp trên bình diện khái quát, Tâm lý học giao tiếp còn xem tiến trình giao tiếp như một chuổi giao dịch tâm lý, như một sự tương tác đa văn hoá... Đó cũng là những yêu cầu rộng mở của việc nghiên cứu Tâm lý học giao tiếp ngày hôm nay...

Trong tình hình chung, một tài liệu chuyên biệt về Tâm lý học giao tiếp mang tính hệ thống nhưng cụ thể thật sự là một thách thức. Tuy nhiên, nhóm biên soạn tài liệu đã rất nổ lực để chi tiết hóa những kiến thức cơ bản nhất về Tâm lý học giao tiếp trên bình diện Tâm lý học trong tài liệu này. Hy vọng sẽ có thể đáp ứng phần nào những mong mỏi của người đọc. Chắc chắn những thiếu sót trong tài liệu là không thể tránh khỏi. Mong nhận được sự thông cảm và sự góp ý chân tình.

Chủ biên

CHƯƠNG 1 NHẬP MÔN VỀ GIAO TIẾP VÀ TÂM LÝ HỌC GIAO TIẾP

Có thể nói giao tiếp là vấn đề nghiên cứu khá cơ bản nhưng cũng khá phổ biến của một số nhà nghiên cứu Tâm ỷ học. Những nghiên cứu về giao tiếp đã hình thành từ rất sớm. Khi con người bắt đầu quan tâm đến vấn đến trò chuyện và hoạt động giao tiếp thì cũng lúc ấy, những tia sáng đầu tiên nghiên cứu về giao tiếp bắt đầu xuất hiện.

Giao tiếp không chỉ là địa hạt quan tâm của Tâm lý học mà là thành tựu của nhiều ngành khoa học như: Xã hội học, Giáo dục học, Ngôn ngữ học, Nhân học... Tuy nhiên, cách nhìn giao tiếp như là một hoạt iộng cơ bản trong đời sống con người đã khiến Tâm lý học giao tiếp mang màu sắc đặc trưng và độc đáo riêng.

1. Sơ lược việc nghiên cứu về giao tiếp

Những năm đầu thế kỷ 20, Tâm lý học đã bắt đầu quan tâm nhiều đến việc nghiên cứu vấn đề giao tiếp.

Những nghiên cứu của S. Freud về sự đồng nhất hóa đế lý giải, phân tích các giấc mơ và một số quá trình ở trẻ em như sự bắt chước các khuôn mẫu của "những người quan trọng khác", sự hình thành cái "siêu tôi", tiếp nhận vai trò nam, nữ,... đã cho thấy cơ chế đồng nhất hóa đảm bảo mối liên hệ qua lại giữa các chủ thể trong nhóm xã hội, từ đó tạo ra sự đồng nhất cảm xúc, thấu cảm, tiếp thu tình cảm của người khác. Trong giao tiếp, sự đồng nhất này là vô cùng quan trọng vì nó cho phép cá nhân hiểu được tâm lý của một người xa lạ với cái tôi của cá nhân. Theo Freud, trong một số trường hợp thì sự đồng nhất cảm xúc mang tính chất "truyền nhiễm tâm lý" và rất đặc trưng cho đám đông rợp quần. [5]

Tâm lý học Gestalt quan tâm đến hiện tượng giao tiếp như một cấu trúc trọn vẹn. Họ phân tích giao tiếp thành các yếu tố và đặt chúng trong hệ thống các yếu tố rộng hơn, các quan hệ xã hội. Khi nghiên cứu các yếu tố giao tiếp, nhà tâm lý học Pháp Bateson đã phân biệt thành hai hệ thống giao tiếp là giao tiếp đối xứng và giao tiếp bổ sung. Theo ông, mọi giao tiếp đều biểu hiện ra ở một trong những phương thức ấy, nó thể hiện tính hệ thống khi thiết lập được sự bình đẳng hay sự tương hồ và tính bổ sung khi thể hiện sự khác nhau.

Tâm lý học Liên Xô cũng nghiên cứu đến vấn đề giao tiếp nhưng theo nhiều hướng tiếp cận khác nhau:

Hướng thứ 1: Nghiên cứu những vấn đề lý luận chung về giao tiếp như bản chất, cấu trúc, cơ chế giao tiếp, phương pháp luận nghiên cứu giao tiếp, mối quan hệ giữa giao tiếp và hoạt động... Hướng nghiên cứu này thế hiện trong nhiều công trình nghiên cún của các nhà tâm lý học Liên Xô, như "về bản chất giao tiếp người" (1973) của Xacopnhin, "Tâm lý học về các mối quan hệ qua lại trong nhóm nhỏ" (1976) của I.L. Kolominxki, "Tâm lý học giao tiếp" (1978) của A.A. Leonchiev, "Giao tiếp trong tâm lý học" (1981) của K. Platonov, "Phạm trù giao tiếp và hoạt động trong tâm lý học" của B.p. Lomov. Hướng nghiên cứu này tồn tại hai luồng quan điểm khác nhau:

Quan điểm thứ nhất cho rằng giao tiếp có thể là một dạng hoạt động hoặc có thể là một phương thức, điều kiện của hoạt động. Đại diện cho quan điểm theo xu hướng này là A.A. Leonchiev.

Quan điểm thứ hai cho rằng hoạt động và giao tiếp là những phạm trù tương đối độc lập trong quá trình thống nhất của đời sống con người. Phạm trù "hoạt động" phản ánh mối quan hệ giữa chủ thể - khách thể, phạm trù "giao tiếp" phản ánh mối quan hệ chủ thể - chủ thể. [7]

Hướng thứ 2: Nghiên cứu các dạng giao tiếp nghề nghiệp trong đó giao tiếp sư phạm là một loại giao tiếp nghề nghiệp được nhiều nhà tâm lý học quan tâm nghiên cứu. Có thể kể đến một vài tác giả có những nghiên cứu về giao tiếp sư phạm như A. A. Leonchiev với "Giao tiếp sư phạm" (1979), A.v. Petropxki với "Tâm lý học lứa tuổi và tâm lý học sư phạm"... và một số tác giả khác tập trung nghiên cứu về mối quan hệ giữa giáo viên và học sinh trong giao tiếp trường học.

Tiếp theo, có thể đề cập đến học thuyết về nhu cầu của A. Maslow đưa ra hệ thống năm bậc về nhu cầu của con người: nhu cầu sinh lý, nhu cầu an toàn, nhu cầu xã hội, nhu cầu cái tôi, nhu cầu tự thể hiện. Trong quá trình giao tiếp, cần có khả năng nhận diện và khơi gợi ờ người khác những nhu cầu vì thông qua giao tiếp các chủ thể mới có thể được thỏa mãn và làm thỏa mãn nhu cầu của cá nhân.

Một trong những nghiên cứu về giao tiếp dưới góc độ tương tác tâm lý là học thuyết phân tích giao tiếp dựa trên cơ sở: mọi hành vi của con người đều xuất phát từ một trong ba trạng thái bản ngã là phụ mẫu, thành niên và trẻ con. Khi giao tiếp với nhau, người này đưa ra một tác nhân từ một trong ba trạng thái bản ngã thì người kia cũng đáp lại một phản hồi từ một trong ba trạng thái bản ngã. Do đó, mối quan hệ giao tiêp giữa hai người được coi là có hiệu quả khi người đưa ra tác nhân nhận lại được sự phản hồi như mong muốn và "đường đi" của tác nhân và phản hồi không chồng chéo lên nhau. Đó là cơ sở quan trọng để xác lập hiệu quả của giao tiếp.

Học thuyết giao tiếp liên nhân cách cho rằng giao tiếp là sự trao đổi thông tin về những quan điểm, ý kiến, cảm xúc và ngay cả những "cái tôi" của chính bản thân. Mức độ hiểu biết về bản thân, về người khác trong giao tiếp là yếu tố quan trọng giúp giao tiếp thành công. Sự hiểu biết người khác và hiêu biết về chính bản thân của chủ thể giao tiếp được minh họa bằng bốn khu vực khác nhau trong quan hệ giữa việc tự nhận thức về mình và nhận thức về người khác. Khoảng không nhận thức về mình rõ ràng và những khoảng không người khác hiểu về mình sẽ tạo ra hiệu ứng tương tác tâm lý tích cực trong giao tiếp.

Thông qua trao đổi thông tin với nhau các cá nhân trong giao tiếp mới có thể hiểu biết về bản thân mình và người khác. Điều này được xây dựng trên cơ sở lòng tin trong giao tiếp giữa các chủ thế.

Học thuyết giao tiếp do Jurgen Ruesch và cộng sự phát triển nhấn mạnh rằng khó khăn trong giao tiếp tập trung ở nhũng gì cá nhân suy nghĩ, không tập trung ở nhũng gì cá nhân nói hay viết. Công việc của giao tiếp là xóa đi khoảng cách trong suy nghĩ giữa người này và người khác trong việc dùng ngôn ngữ. Các yếu tố trong giao tiếp như hoàn cảnh xã hội, vai trò, vị trí, những nguyên tắc và luật lệ, những thông điệp có tầm quan trọng giúp chủ thể hiếu được tác động của xã hội và ý định của người khác trong giao tiếp.

Đề cập đến vấn đề giao tiếp trong quản lý, trong những công trình nghiên cứu về giao tiếp nổi bật lên có ba loại lý thuyết là thuyết X, thuyết Y và thuyết z. Thuyết X và thuyết Y do Douglas Mc Gregor đưa ra là hai hệ thống giả thuyết về bản chất con người. Theo Mc Gregor công tác quản lý phải bắt đầu từ câu hỏi là các nhà quản lý có thể nhìn nhận bản thân họ như thế nào trong mối liên hệ với người khác. Do đó, cần nhìn nhận rõ bản chất của con người trong giao tiếp để có cách quản lý hiệu quả. Thuyết z do Sve Lung Stendt xây dựng chủ trương “tự do hóa” trong việc quản lý con người để giảm mức tối thiểu sự chỉ huy nhằm gây tính tự lập, tự chủ của người dưới quyền, giúp họ thi thố sáng kiến, sáng tạo và chịu trách nhiệm. Quan điểm của thuyết này chủ yếu dựa trên niềm tin và sự tinh tế trong quan hệ giao tiếp trong quá trình quản lý.

Học thuyết giao tiếp xã hội bắt nguồn từ tâm lý ngôn ngữ học, xã hội học và tâm lý học hiện sinh, nhấn mạnh vai trò của các năng lực giao tiếp, cái tôi của cá nhân trong mối quan hệ giữa xã hội với cá nhân trong quá trình xã hội hóa - quá trình hình thành cá thể người với tư cách là một cơ cấu sinh học mang tính người thích nghi với cuộc sống xã hội, qua đó, hấp thụ và phát triển những năng lực người đặc trưng trưởng thành như một nhân cách xã hội duy nhất không lặp lại.[5]

Bên cạnh những nghiên cứu về giao tiếp thì những nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp cũng được quan tâm một cách đặc biệt. Trong tâm lý học Liên Xô nhiều nhà tâm lý học cũng quan tâm nghiên cứu kỹ năng giao tiếp trong các lĩnh vực nghề nghiệp.

A.A. Leonchiev đã liệt kê các kỹ năng giao tiếp sư phạm như kỹ năng điều khiển hành vi bản thân, kỹ năng quan sát, kỹ năng nhạy cảm xã hội, biết phán đoán nét mặt người khác, kỹ năng đọc, hiểu, biết mô hình hóa nhân cách học sinh, kỹ năng làm gương cho học sinh, kỹ năng giao tiếp ngôn ngữ, kỹ năng kiến tạo sự tiếp xúc, kỹ năng nhận thức.

Paul Ekman viết cuốn "Emotion Revealed" nêu lên vấn đề cảm xúc biểu hiện trong giao tiếp của cá nhân thể hiện qua nét mặt, từ đó đề cập cên kỹ năng nhận diện nét mặt và các cảm xúc đi kèm trong quá trình giao tiếp như một kỹ năng giao tiếp cơ bản.

I.p. Dakharov nghiên cứu và đưa ra trắc nghiệm tự đánh giá kỹ năng giao tiếp, gồm kỹ năng tiếp xúc, thiết lập quan hệ, kỹ năng biết cân răng nhu cầu bản thân và đối tượng trong quá trình giao tiếp, kỹ năng nghe đối tượng, kỹ năng tự kiềm chế, kiểm tra người khác, kỹ năng tự chủ cảm xúc hành vi, kỹ năng diễn dạt dễ hiểu, cụ thế, kỹ năng linh hoạt, mềm dẻo trong giao tiếp, kỹ năng thuyết phục, kỹ năng chủ động điều khiển quá trình giao tiếp, kỹ năng nhạy cảm trong giao tiếp.

Vấn đề kỹ năng giao tiếp của sinh viên cũng là một hướng nghiên cứu nhận được nhiều sự quan tâm. Thông qua quá trình học tập, rèn luyện của sinh viên, nhiều kỹ năng trong đó có kỹ năng giao tiếp được hình thành. Ngược lại kỹ năng giao tiếp cũng đem lại nhiều hiệu quả cho quá trình học tập, rèn luyện của sinh viên. Mối quan hệ giữa quá trình tiếp nhận lý thuyết và quá trình rèn luyện kỹ năng được nhiều nhà nghiên cứu khẳng định. Ở đây, việc tiếp cận các tình huống thực tiễn, thể nghiệm việc giao tiếp cũng như rút tỉa các kinh nghiệm và đặc biệt là vận dụng những thao tác, những hành vi thuộc về kỹ năng giao tiếp được xem là con đường và cách thức cơ bản để có thể hình thành các kỹ năng giao tiếp một cách hiệu quả, sống động, xác thực và sâu sắc.

2. Lý luận về giao tiếp

2.1. Khái niệm giao tiếp

Giao tiếp là vấn đề phức tạp. Có nhiều hướng nghiên cứu về vấn đề giao tiếp. từ đó có rất nhiều quan điểm về giao tiếp. Dưới đây, có thể điểm qua một số quan điểm về giao tiếp.

Theo quan điểm của các nhà tâm lý học xã hội thì giao tiếp thường được xem là quá trình thông tin bao gồm việc thực hiện và duy trì sự liên hệ giữa các cá nhân.

Tâm lý học giao tiếp

Nhà tâm lý học xã hội Mỹ C.E. Osgood cho rằng giao tiếp bao gồn các hành động riêng rẽ mà thực chất là chuyển giao thông tin và tiế; nhận thông tin. Ông cho rằng giao tiếp là một quá trình gồm hai mặt liên lạc và ảnh hưởng lẫn nhau, tác động qua lại lẫn nhau. [26]

Nhà tâm lý học xã hội người Anh M. Argule lại mô tả giao tiếp như quá trình ảnh hưởng lẫn nhau qua các hình thức tiếp xúc khác nhau. Giao tiếp thông tin được biểu hiện bằng lời hay bằng phi ngôn ngữ từ nhiều người đến một người giống như việc tiếp xúc thân thể của con người trong quá trình tác động qua lại về mặt vật lý và chuyển dịch không gian.

Nhà tâm lý học xã hội Mỹ T. Sibutanhi nghiên cứu khái niệm liên lạc như là hoạt động đảm bảo cho sự giúp đỡ lẫn nhau, phối hợp hành động và thích ứng hành vi của các cá thể tham gia quá trình giao tiếp. Ông cho rằng "Liên lạc trước hết là phương pháp hoạt động làm giản đơn hóa sự thích ứng hành vi lẫn nhau của con người. Những cử chỉ và âm điệu khác nhau trở thành liên lạc, khi con người sử dụng vào các tình thế tác động qua lại".

Các nhà Tâm lý học Liên Xô cũng quan tâm nghiên cứu vấn đề giao tiếp trên nhiều khía cạnh. Một số quan điểm được điểm qua dưới đây:

Đề cập giao tiếp ở góc độ tiếp cận nhận thức, L.x. Vưgotxki cho rằng giao tiếp là quá trình chuyển giao tư duy và cảm xúc. K.K. Platonôv cho rằng: "Giao tiếp là những mối liên hệ có ý thức của con người trong cộng đồng loài người". [2] [5]

Xem xét giao tiếp là sự thể hiện mối quan hệ giữa con người với con người hay giữa nhân cách này với nhân cách khác trong mối quan hệ liên nhân cách, B.Ph. Lomov cho rằng: "Giao tiếp là mối quan hệ tác động qua lại giữa con người với tư cách chủ thể". [7]

Dưới góc độ nhân cách, V.N. Miaxixev cho rằng: "Giao tiếp là một quá trình quan hệ tác động qua lại lần nhau giữa các nhân cách cụ thể". Theo Ia.L. Kolôminxki thì "giao tiếp là sự tác động qua lại có đối tượng và thông tin giữa con người với con người, trong đó những quan hệ nhân cách được thực hiện, bộc lộ và hình thành". [2]

Ở góc độ tiếp cận chức năng giao tiếp, B. Parưgin cho rằng: "Giao tiếp là quá trình quan hệ tác động giữa các cá thể, là quá trình thông tin quan hệ giữa con người với con người, là quá trình hiểu biết lẫn nhau, anh hưởng lẫn nhau và trao đổi xúc cảm lẫn nhau".[2]

Ở góc độ xem xét giao tiếp là một dạng hoạt động, định nghĩa của A.N. Lêônchiev đã chỉ ra: "Giao tiếp là một hệ thống những quá trình có mục đích và động cơ trong hoạt động tập thể, thực hiện các quan hệ xà hội và nhân cách, các quan hệ tâm lý và sử dụng những phương tiện đặc thù, mà trước hết là ngôn ngữ".

L.p. Bueva xem: "Giao tiếp không chỉ là một quá trình tinh thần mà -on là quá trình vật chất, quá trình xã hội, trong đó diễn ra sự trao đổi h aạt động, kinh nghiệm, sản phẩm của hoạt động". [2]

Tiếp cận ở khía cạnh hệ thống, Georgen Thiner cho rằng: "Giao tiếp là sự truyền đạt thông tin, qua đó các trạng thái của hệ thống phát thông tin phát huy ảnh hưởng tới trạng thái của hệ nhận thông tin".

David K. Berlo (1960) định nghĩa: "Giao tiếp của con người là một quá trình có chủ định hay không có chủ định, có ý thức hay không có ý thức mà trong đó các cảm xúc và tư tưởng được diễn đạt trong các thông điệp bằng ngôn ngữ hoặc phi ngôn ngữ. Giao tiếp của con

người c:èn ra ở các mức độ: trong con người, giữa con người với con người và công cộng. Giao tiếp của con người là một quá trình năng động, bất thuận nghịch, tác động qua lại và có tính chất ngữ cảnh".

Ở Việt Nam, vấn đề giao tiếp mới được nghiên cứu từ những năm 1970-1980 và cũng có những khái niệm về giao tiếp được xác lập.

Định nghĩa về giao tiếp, Phạm Minh Hạc cho rằng: "Giao tiếp là hoạt động xác lập và vận hành các quan hệ người - người để hiện thực hóa các quan hệ xã hội giữa người ta với nhau".

Bác sỹ Nguyễn Khắc Viện cho rằng: "Giao tiếp là sự trao đổi giữa người và người thông qua ngôn ngữ nói, viết, cử chỉ. Ngày nay từ này ngụ sự trao đổi ấy thông qua một bộ giải mã, người phát tin mã hóa một số tín hiệu, người tiếp nhận giải mã, một bên truyền một ý nghĩa nhất định để bên kia hiểu được".

Theo các tác giả Nguyễn Thạc, Hoàng Anh thì "Giao tiếp là hình thức đặc biệt cho mối quan hệ giữa con người với con người mà qua đó nảy sinh sự tiếp xúc tâm lý và được biểu hiện ở các quá trình thông tin, hiểu biết, rung cảm, ảnh hưởng và tác động qua lại lẫn nhau".

Tác giả Diệp Quang Ban và Đinh Trọng Lạc quan niệm "Giao tiếp là sự tiếp xúc với nhau giữa cá thể này với cá thể khác trong cộng đồng xã hội". Hai tác giả mở rộng hơn khái niệm giao tiếp khi cho rằng "Loài động vật cũng có thể làm thành những xã hội vì chúng sống có giao tiếp với nhau như xã hội loài ong, xã hội loài kiến".

Tác giả Nguyễn Hữu Nghĩa đưa ra khái niệm giao tiếp là mối liên hệ và quan hệ giữa người và người trong các nhóm và các tập thể xã hội nhờ đó con người mới có thể thực hiện các hoạt động của mình nhằm cải biến hiện thực khách quan xung quanh hoặc chính bản thân.

Còn với tác giả Nguyễn Ngọc Bích "Giao tiếp là sự tiếp xúc giữa hai hay nhiều người thông qua phương tiện ngôn ngữ nhằm trao đổi thông tin, tình cảm, hiểu biết, tác động qua lại và điều chỉnh lẫn nhau".

Tác giả Trần Trọng Thủy thì quan niệm "Giao tiếp của con người là một quá trình chủ đích hay không có chủ đích, có ý thức hay không có ý thức mà trong đó các cảm xúc và tư tưởng được diễn đạt trong các thông điệp bằng ngôn ngữ hoặc phi ngôn ngữ".

Với tác giả Trần Hiệp "Giao tiếp là một trong những dạng thức cơ bản của hoạt động của con người. Nó làm tăng cường hay giảm bớt khả năng thích ứng hành vi lẫn nhau trong quá trình tác động qua lại". [7]

Theo từ điển Tâm lý học “Giao tiếp là quá trình thiết lập và phát triển tiếp xúc giữa các cá nhân, xuất phát từ nhu cầu phối hợp hành động. Giao tiếp gồm hàng loạt các yếu tố như trao đổi thông tin, xây dựng chiến lược hoạt động thống nhất, tri giác và tìm hiểu người khác. Giao tiếp có ba khía cạnh chính là giao lưu, tác động tương hỗ và tri giác .[3]

Tác giả Nguyễn Quang Uẩn khẳng định “Giao tiếp là sự tiếp xúc tâm lý giữa người và người, thông qua đó con người trao đổi với nhau về thông tin, về cảm xúc, tri giác lẫn nhau, ảnh hưởng tác động qua lại với nhau. Hay nói cách khác, giao tiếp là xác lập và vận hành các quan hệ người - người, hiện thực hóa các quan hệ xã hội giữa chủ thể này với chủ thể khác.

Tác giả Vũ Dũng cho rằng “Giao tiếp là quá trình hình thành và phát triển sự tiếp xúc giữa người với người được phát sinh từ nhu cầu trong hoạt động chung, bao gồm sự trao đổi thông tin, xây dựng chiến lược tương tác thống nhất tri giác và tìm hiểu người khác”. Hay “Giao tiếp là sự tác động tương hồ của các chủ thể phát sinh từ nhu cầu hoạt động chung được thực hiện bằng những công cụ quen thuộc và hướng đến những thay đổi có ý nghĩa trong trạng thái, hành vi và cấu trúc ý - cá nhân của đối tác”.[3]

Theo tác giả Nguyễn Văn Đồng “Giao tiếp là tiếp xúc tâm lý có tính ca chiều và đồng chủ thể giữa người với người được quy định bởi các èu tố văn hóa, xã hội và đặc trưng tâm lý cá nhân. Giao tiếp có chức năng thỏa mãn các nhu cầu vật chất và tinh thần của con người, trao đổi thông tin, cảm xúc định hướng và điều chỉnh nhận thức, hành vi của bản thân và của nhau, tri giác lẫn nhau, tạo dựng quan hệ với nhau và tác động qua lại lẫn nhau”. [5]

Dưới góc độ quản lý, giao tiếp quản lý là sự thiết lập nên những mối -Xin hệ hai chiều về mặt tâm lý giữa chủ thế quản lý với các chủ thể được quản lý, nhằm giải quyết hợp lý được những nhiệm vụ giao tiếp quản lý, làm cơ sở cho việc thực thi có hiệu quả những nhiệm vụ quản lý xác định.

Trong quản trị và kinh doanh, giao tiếp được hiểu là hoạt động xác lập và vận hành các quan hệ giữa người và người, hoặc giữa người và các yếu tố xã hội nhằm thỏa mãn những nhu cầu nhất định.

Qua các ý kiến trên ta có thể thấy rằng giao tiếp là quá trình tác động qua lại. trao đổi thông tin, ảnh hưởng lẫn nhau, nhận biết lẫn nhau giữa hai chủ thể giao tiếp. Giao tiếp thường tham gia vào hoạt động thực tiễn của con người như lao động, học tập, vui chơi,... bảo đảm cho sự tác động, tham gia vào quá trình thực hiện và kiểm tra hoạt động của con người. Đó là một quá trình thiết lập mối quan hệ đa chiều giữa một người với một người hoặc với nhiều người xung quanh, liên quan đến sự truyền đạt thông điệp và sự đáp ứng với sự truyền đạt ấy, là quá trình mà phát và nhận thông tin, bày tỏ suy nghĩ, ý kiến và thái độ để có được sự thông

cảm, tiến tới việc chia sẻ, qua đó thông điệp đáp ứng được xuất hiện. Giao tiếp là quá trình nói, nghe và trả lời để chúng ta có thể hiểu và phản ứng với nhau trải qua nhiều mức độ, từ thấp đến cao, từ sự e dè bề ngoài đến việc bộc lộ những tình cảm sâu kín bên trong.

Do vậy quan hệ người - người được xác lập, vận hành và thể hiện trong giao tiếp, về phương diện nhận thức, giao tiếp là một quá trình mà con người ý thức được mục đích, nội dung và những phương tiện cần thiết để đạt kết quả khi tiếp xúc với người khác. Từ cơ sở đó, giao tiếp diễn ra dưới dạng trao đổi thông tin, tư tưởng, tình cảm, thế giới quan, nhu cầu... của các chủ thể tham gia vào quá trình giao tiếp. Mỗi cá nhân - tự hoàn thiện mình và hòa nhập vào xã hội trong quá trình giao tiếp.

Giao tiếp là một biểu hiện của quan hệ xã hội, mang tính xã hội. Các quan hệ xã hội được thực hiện trong giao tiếp giữa người với người, với nội dung xã hội cụ thể và thực hiện trong hoàn cảnh xã hội nhất định. Từ đó tính chất xã hội được thể hiện qua việc kết nối các thành viên trong xã hội với nhau trong mối quan hệ giao tiếp.

Như vậy, giao tiếp là quá trình hình thành và phát triển sự tiếp xúc giữa người với người, được phát sinh từ nhu cầu trong hoạt động chung, bao gồm sự trao đổi thông tin, xây dựng chiến lược tương tác, thống nhất tri giác và tìm hiểu người khác nhằm đạt được một mục đích nào đó. Nói cách khác, giao tiếp là hoạt động xác lập và vận hành các mối quan hệ xã hội giữa người và người nhằm thỏa mãn tì những nhu cầu nhất định và nhằm đạt được mục đích nào đó.

2.2. Chức năng của giao tiếp

Nghiên cứu về vai trò, chức năng của giao tiếp, A.N. Leonchiev đã đánh giá cao vai trò của giao tiếp trong quá trình hình thành nhân cách trẻ. Ông cho rằng hoạt động của trẻ bao giờ cũng nằm trong giao tiếp. Giao tiếp dưới hình thức cùng hoạt động, hoặc dưới hình thức giao tiếp ngôn ngữ hay thậm chí giao tiếp trong ý nghĩ cũng đều là điều kiện tất yếu và chuyên biệt của sự phát triển con người trong xã hội. Theo ông trong quá trình giao tiếp, kế hoạch hoạt động chung được hình thành và các yếu tổ hoạt động chung giữa các thành viên được phân bố. Trong hoạt động chung, sự trao đổi thông tin, sự kích thích lẫn nhau, sự kiểm tra và điều chỉnh hành động được thực hiện. [5]

Theo tiêu chí mục tiêu, L.A. Karpenco cho rằng giao tiếp có tám [chức năng:

- Chức năng tiếp xúc - mục tiêu: Việc tiếp xúc như là trạng thái - huân bị chung để tiếp nhận và truyền đạt thông báo, củng cố quan hệ ■ hình thức định hướng lẫn nhau thường xuyên

- Chức năng thông tin - mục đích: trao đổi các thông báo

- Chức năng kích thích - mục đích: kích thích tích cực đối tác giao tiếp hướng họ thực hiện hành động nhất định

- Chức năng định vị - mục đích: định hướng và thống nhất hành động trong hoạt động chung

- Chức năng hiểu biết - mục đích: hiểu biết nội dung thông báo và 1 biết lần nhau giữa các chủ thể giao tiếp

- Chức năng tạo động cơ - mục đích: khơi dậy ở đối tác những trải nghiệm tình cảm cần thiết, đồng thời qua sự giúp đỡ của họ thay đổi trải nghiệm, trạng thái của chính chủ thể giao tiếp

- Chức năng hình thành các mối quan hệ - mục đích: nhận thức và xác định vị trí bản thân trong hệ thống vai, vị thế, quan hệ

- Chức năng gây ảnh hưởng - mục đích: thay đổi trạng thái, hành vi, cấu trúc ý hướng cá nhân của đối tác.

Theo nhà ngôn ngữ học cấu trúc Jacobson (1961), mô hình giao tiếp theo cấu trúc có 6 yếu tố: người truyền tin, người nhận tin, bản thông điệp, bộ mă, sự tiếp xúc, bối cảnh giao tiếp. Từ đó, ông nêu lên 6 chức năng của giao tiếp:

- Chức năng nhận thức (íuntion cognitive): truyền đạt và lĩnh hội các sự kiện, khái niệm, giá trị

- Chức năng cảm xúc (funtion émotive): tạo ấn tượng, cảm xúc tốt giữa các chủ thể giao tiếp

- Chức năng duy trì sự tiếp xúc (function phatique): lấp chỗ trống trong các cuộc đối thoại

- Chức năng mơ mộng (function phatique): sử dụng cách nói mang chất thơ, thú vị... để tạo ấn tượng khó phai mờ.

- Chức năng siêu ngữ (function métalingguistique): chọn lọc cách nói diền đạt nghĩa bóng

- Chức năng quy chiếu (function référentielle): tìm hiểu đặc điểm về sức khỏe, tâm lý, vị thế xã hội, hoàn cảnh riêng của người đối thoại khi giao tiếp để chọn cách tiếp cận, lời nói, cách tạo không khí phù h(thuận lợi cho việc thực hiện mục tiêu giao tiếp. [5]

Nhà Tâm lý học Xô Viết B.Ph. Lômôv cho rằng giao tiếp có chức năng:

- Chức năng giao tiếp - thông tin.

- Chức năng giao tiếp - điều chỉnh.

- Chức năng giao tiếp - cảm xúc.[11]

Theo A.A. Pruzin giao tiếp có các chức năng:

- Chức năng công cụ của giao tiếp cần thiết cho sự trao đổi thông trong quá trình điều hành và trong quá trình lao động chung

- Chức năng nghiệp đoàn thể hiện ở việc đoàn kết nhóm lớn nhóm nhỏ có ý nghĩa quan trọng trong giáo dục và truyền đạt kiến thi phương thức hoạt động và tiêu chuẩn đánh giá.

- Chức năng tự thể hiện hướng đến việc tìm kiếm và đạt được hiểu biết lẫn nhau.

Các nhà tâm lí học Việt Nam cũng nghiên cứu những chức nă khác nhau của giao tiếp. Những nghiên cứu này cũng đem đến nhữ cái nhìn mới lạ về vấn đề giao tiếp.

Tác giả Nguyễn Xuân Thức phân chia chức năng của giao tiếp thà hai nhóm:

- Nhóm các chức năng thuần túy xã hội bao gồm các chức năng gi tiếp phục vụ các nhu cầu chung của xã hội hay một nhóm người để đi khiển và tác động lẫn nhau

- Nhóm các chức năng tâm lý xã hội gồm các chức năng giao tiếp phục vụ các nhu cầu của từng thành viên của xã hội với người khác.

Tác giả Chu Văn Đức cũng chia chức năng của giao tiếp thà nhóm:

- Nhóm chức năng xã hội gồm:

+ Chức năng thông tin + Chức năng tổ chức, phối hợp hành động

+ Chức năng điều khiển + Chức năng phê bình và tự phê bình

- Nhóm chức năng tâm lý gồm:

+ Chức năng động viên, khích lệ

+ Chức năng thiết lập, phát triển, củng cố các mối quan hệ + Chức năng cân bằng cảm xúc + Chức năng hình thành, phát triển tâm lý, nhân cách.

Theo tác giả Nguyễn Văn Lê thì giao tiếp có ba chức năng:

- Thông tin

- Biểu hiện tình cảm

- Liên kết con người, điều khiển, phối hợp hành động

Còn tác giả Ngô Công Hoàn cho rằng giao tiếp có các chức năng sau đây:

- Định hướng hoạt động

- Điều khiển, điều chỉnh hành vi

Tác giả Hoàng Anh cho rằng giao tiếp có các chức năng cơ bản:

- Thông tin hai chiều giữa hai người hay hai nhóm người

- Tổ chức, điều khiển, phối hợp hành động của một nhóm người trong một hoạt động cùng nhau

- Giáo dục và phát triển nhân cách

Hai tác giả Trần Trọng Thuỷ, Nguyễn Sinh Huy trong quyển “Nhập môn khoa học giao tiếp” cho rằng giao tiếp có các chức năng sau:

- Tổ chức hoạt động phối hợp cùng nhau
- Làm cho con người nhận thức được lẫn nhau
- Hình thành và phát triển các mối quan hệ liên nhân cách [17]

Với tác giả Nguyễn Quang uẩn trong quyến Tâm lý học đại cương chức năng giao tiếp được chia thành:

- Chức năng thông tin hai chiều (chức năng nhận thức)
- Chức năng thể hiện và đánh giá thái độ xúc cảm
- Chức năng liên kết, phối hợp hoạt động
- Chức năng đồng nhất hoá: tạo ra sự hiểu biết lẫn nhau, thông cảm, đồng cảm chung giữa cá nhân với cá nhân, giữa cá nhân với nhóm, nhóm này và nhóm khác
- Chức năng giáo dục

Theo tác giả Trần Hiệp, giao tiếp bao gồm ba cấp chức năng cơ bản:

- Thông tin liên lạc
- Điều chỉnh hành vi
- Kích động liên lạc

Ngoài ra, có thể phân chia chức năng giao tiếp thành:

- Chức năng tổ chức hoạt động chung
- Chức năng nhận thức giữa người với người
- Chức năng hình thành và phát triển quan hệ liên nhân cách [6]

Nhìn nhận dưới góc độ quản lý thì cho rằngTâm lý học quản lý giao tiếp có các chức năng sau:

- Định hướng cho mọi hoạt động và cho việc thiết lập mối quan hệ
- Thông tin, đánh giá lẫn nhau và nối mạch cho thiết lập quan hệ - quan hệ
- Điều khiển, điều chỉnh hành vi, việc thiết lập quan hệ giao tiếp.

Dưới góc độ Tâm lý học giao tiếp, tác giả Nguyễn Văn Đồng cho rằng giao tiếp có các chức năng:

- Thỏa mãn nhu cầu của con người. Đây là chức năng quan trọng nhất của giao tiếp
- Thông tin
- Nhận thức về tự nhiên, xã hội, về bản thân (tự nhận thức) và về người khác (tri giác xã hội)
- Cảm xúc, giúp con người thỏa mãn những nhu cầu xúc cảm, tình cảm

- Định hướng, tổ chức, phối hợp hoạt động và điều chỉnh hành vi của bản thân và của người khác

- Hình thành và phát triển các quan hệ liên nhân cách [5]

Trên cơ sở các quan điểm trên có thể thấy giao tiếp có vai trò, chức năng cụ thể như sau:

* Chức năng thỏa mãn nhu cầu của con người

Đây là chức năng quan trọng nhất của giao tiếp và cũng là chức năng mà con người sử dụng sớm nhất trong giao tiếp. Giao tiếp không chỉ đáp ứng các nhu cầu đơn giản của con người như ăn, mặc, ở, tự vệ,... mà còn cả các nhu cầu cao hơn về nhận thức, tình cảm, truyền đạt kinh nghiệm... Các nhu cầu đó được thỏa mãn trực tiếp hoặc gián tiếp :nòng qua giao tiếp. Do vậy, giao tiếp là điều kiện cần thiết để con người tồn tại và phát triển.

* Chức năng thông tin hai chiều giữa các chủ thể tham gia giao tiếp

Đây là chức năng có vai trò quan trọng thứ hai sau chức năng thỏa mãn nhu cầu của giao tiếp. Chức năng này biểu hiện ở khía cạnh truyền thông của giao tiếp, thể hiện qua hai mặt truyền tin và nhận tin. Qua giao tiếp mà con người trao đổi với nhau những thông tin nhất định, truyền đạt kiến thức, kinh nghiệm,... cho nhau. Mỗi cá nhân trong giao tiếp vừa là nguồn phát vừa là nguồn thu thông tin.

* Chức năng to chức, điều khiên, phổi họp hành động của một nhóm người trong một hoạt động cùng nhau

Đây là chức năng dựa trên cơ sở xã hội. Trong một nhóm, một tổ chức có nhiều cá nhân, nhiều bộ phận, nên để có thể tổ chức hoạt động t:éu quả, phối hợp nhịp nhàng thì các cá nhân phải có sự tiếp xúc với chủ đề trao đối, bàn bạc, phân công nhiệm vụ cũng như phổ biến tiến trình, cách thức thực hiện thì mới có thể tạo sự thống nhất, hiệu quả trong công việc chung. Nhờ chức năng này, con người có thể phối hợp cùng nhau để giải quyết một nhiệm vụ nhất định, đạt tới mục tiêu đề ra trong quá trình giao tiếp.

* Chức năng điều khiển, điều chỉnh hành vi

Chức năng này thể hiện ở sự tác động, ảnh hưởng lẫn nhau trong giao tiếp. Đây là một chức năng quan trọng vì trong quá trình giao tiếp các cá có thể tác động, gây ảnh hưởng lẫn nhau. Qua đó, mỗi cá nhân có điều chỉnh hành vi của mình cũng như điều khiển hành vi của người khác trong giao tiếp. Trong giao tiếp, cá nhân có thể tác động đến động cơ, mục đích, quá trình ra quyết định và hành động của người khác.

* Chức năng xúc cảm

Chức năng này giúp con người thỏa mãn những nhu cầu xúc cảm, tình cảm. Trong giao tiếp, cá nhân có thể biểu lộ thái độ, tâm trạng của mình đối với người khác cũng như quan điểm, thái độ về một vấn đề nhất định. Ngược lại, từ giao tiếp cá nhân cũng có thể nhận biết những xúc cảm, tình cảm nhất định của các cá nhân khác. Vì vậy, giao tiếp cũng là một trong những con đường hình thành tình cảm của con người.

* Chức năng nhận thức và đánh giá lãn nhau

Trong quá trình giao tiếp, ở các chủ thể luôn diễn ra quá trình nhận thức tri thức về tự nhiên, xã hội, bản thân và về người khác nhằm hướng tới những mục đích khác nhau trong giao tiếp. Giao tiếp sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho con người trong quá trình nhận thức tri thức về tự nhiên, xã hội, giúp con người lĩnh hội được khối lượng kiến thức khổng lồ của nhân loại. Bên cạnh đó, giao tiếp là phương tiện giúp cá nhân tự nhận thức bản thân. Qua đó, cá nhân tiếp thu những đánh giá của người khác về bản thân để có sự đối chiếu và tự nhận thức, tự đánh giá lại, tự điều chỉnh bản thân. Ngược lại, cá nhân cũng có sự nhận thức người khác qua giao tiếp nhầm tìm hiểu, đánh giá về đối tượng mình giao tiếp, từ đó mà có sự định hướng phù hợp trong giao tiếp.

* Chức năng giáo dục và phát triển nhân cách

Thông qua giao tiếp, con người tham gia vào các mối quan hệ xã hội, từ đó hình thành, phát triển nhân cách của mình. Do đó giao tiếp là điều kiện để tâm lý, nhân cách cá nhân phát triển bình thường. Thông qua giao tiếp nhiều phẩm chất của con người, đặc biệt là các phẩm chất đạo đức được hình thành và phát triển. Nói cách khác, giao tiếp giúp con người tiếp nhận những kinh nghiệm và những chuẩn mực, thông qua đó có sự hình thành và phát triển nhân cách một cách toàn diện trên bình diện con người - cá nhân. Chính những chức năng này của giao tiếp cũng ảnh hưởng và tạo nên vai trò hết sức độc đáo của giao tiếp. Giao tiếp ảnh hưởng đến sự phát triển của cá nhân cũng như ảnh hưởng đến đời sống xã hội của con người và là điều kiện của sự tồn tại và phát triển xã hội.

2.3. Phân loại giao tiếp

Dựa trên những tiêu chí khác nhau thì cách phân loại giao tiếp cũng khác nhau.

Căn cứ vào phương tiện giao tiêp

- Giao tiếp bằng ngôn ngữ

Giao tiếp bằng ngôn ngữ là hình thức giao tiếp đặc trưng của con người, bằng cách sử dụng những tín hiệu chung là từ, ngữ. Đây là hình thức giao tiếp phổ biến nhất và đạt hiệu quả cao. Ngôn ngữ là các tín Liêu được quy ước chung trong một cộng đồng nhằm chỉ các sự vật hiện tượng, gọi chung là nghĩa của từ. Người ta dùng từ ngữ để giao tiếp theo cột ý nhất định.

Tiếng nói và chữ viết trong giao tiếp ngôn ngữ thể hiện cả ý và nghĩa khi giao tiếp, tạo ra hiệu ứng tổng hợp.

- Giao tiếp phi ngôn ngữ

Là hình thức giao tiếp không lời khi sử dụng các cử chỉ, điệu bộ và những yếu tố phi ngôn ngữ khác. Giao tiếp phi ngôn ngữ thực hiện những hành động, cử chỉ - điệu bộ, những yếu tố thuộc về sắc thái, hành vi những phương tiện khác đòi hỏi người giao tiếp phải hiểu về nhau một cách tương đối.

Căn cứ vào khoảng cách giao tiếp

- Giao tiếp trực tiếp

Là hình thức giao tiếp mặt đối mặt khi các chủ thể trực tiếp phát và nhận tín hiệu của nhau.

- Giao tiếp gián tiếp

Giao tiếp gián tiếp là hình thức giao tiếp qua thư từ, phương tiện kỹ H iái hoặc những yếu tố đặc biệt khác.

Cãn cứ vào quy cách giao tiếp

- Giao tiếp chính thức

Giao tiếp chính thức là hình thức giao tiếp diễn ra theo quy định, pe chức trách. Các chủ thể trong giao tiếp phải tuân thủ những yêu cầu quy định nhất định.

- Giao tiếp không chính thức

Giao tiếp không chính thức là hình thức giao tiếp không bị ràng buộc bởi các nghi thức mà dựa vào tính tự nguyện, tự giác, phụ thuộc vào nhu cầu, hứng thú, cảm xúc của các chủ thế.

2.4 Cấu trúc của hành vi giao tiếp

Có thể nói ở một góc độ nhất định thì giao tiếp là một hành vi truyền thông. Lẽ đương nhiên, dưới góc độ Tâm lý học thì hành vi truyền thông này là truyền thông mang tính chất tâm lý. Có thể nhìn nhận về hành vi giao tiếp như một quá trình truyền thông phong phú và phức tạp.

Dưới đây là một số mô hình truyền thông cơ bản mà thông qua đó có thể nhìn về cấu trúc của hành vi giao tiếp:

Sơ đồ 2: Mô hình truyền thông đơn giản

Có thể nói đây là mô hình truyền thông đơn giản nhất, nhưng cũng bộc lộ được một cách khá đầy đủ cấu trúc của hành vi giao tiếp. Thông tin giao tiếp được truyền đi mang tính chất đa dạng được chuyển tải thông qua những kênh khác nhau và hiệu quả giao tiếp, được

xác lập dựa trên mối quan hệ tương tác tâm lý. Có thể nhận thấy cấu trúc hành vi giao tiếp này bộc lộ những ưu nhược điểm sau:

- Giao tiếp trực tiếp nên truyền thông tin chính xác, ít nhiễu
- Hành vi giao tiếp chủ động có thể lấy ngay được phản hồi
- Hành vi giao tiếp có thể được kiểm soát dẫu là tương đối.

Ngoài ra, có thể đề cập thêm đến mô hình hành vi giao tiếp một chiều hoặc mô hình hành vi giao tiếp được mã hoá và giải mã mang tính chất đa cấp... Những mô hình này hay những cấu trúc hành vi này tồn tại khá đa dạng và phong phú trong doanh nghiệp. Tuy nhiên, chính những mô hình này cũng thể hiện khá nhiều ưu điểm cũng như những hạn chế của nó khi xét trên bình diện truyền thông.

Mô hình truyền thông một chiều

- Gần giống mô hình đơn giản nhưng không có phản hồi
- Có thể cùng lúc truyền tin cho rất nhiều người
- Hay gặp trong hoạt động tuyên truyền trên phương tiện truyền thông đại chúng (đài, báo) hoặc báo cáo/ thuyết trình một chiều.

Hình 1: Mô hình truyền thông một chiều

Mô hình truyền thông mã hoá và giải mã đa cấp

- Đây là mô hình truyền thông phức tạp, thường là doanh nghiệp, cá cơ quan, tố chức nào đó có nhu cầu gửi thông tin cho đối tượng của mình.
- Nhờ mã hóa thành thông điệp mà nội dung truyền thông có thể làm tăng sức thuyết phục, hoặc súc tích hơn.
- Tuy nhiên do đã mã hóa nên quá trình giải mã có thể sai lệch với ý tưởng ban đầu.
- Nhìn chung, mô hình này khá phức tạp nên sự điều khiển và kiểm soát thông tin cũng như những mối quan hệ cắt là điều rất quan trọng và trở thành yêu cầu cơ bản.

3. Đối tượng và nhiệm vụ nghiên cứu của Tám lý học giao tiếp

3.1 Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của Tâm lý học giao tiếp là bản chất, cấu trúc cơ chế và những quy luật của giao tiếp.

Ngoài ra, các nguyên tắc giao tiếp, phong cách giao tiếp, kỹ năng giao tiếp, các mối quan hệ giao dịch trong giao tiếp dưới góc độ tâm lý học cũng như mối quan hệ giữa giao tiếp và hoạt động cũng là đối tượng của Tâm lý học giao tiếp.

3.2 Nhiệm vụ nghiên cứu

Tâm lý học giao tiếp cận vấn đề giao tiếp trong đời sống của con người cũng như trong hoạt động của con người. Có thể nói Tâm lý học giao tiếp thực hiện những nhiệm vụ nghiên cứu sau:

- Nghiên cứu bản chất, cấu trúc, cơ chế và những quy luật của giao tiếp, hoạt động giao tiếp dưới góc nhìn tâm lý.

- Tìm hiểu vai trò, ý nghĩa và chức năng của giao tiếp trong cuộc sống và trong một số hoạt động cơ bản của con người.

- Tìm hiểu những vấn đề về giao dịch tâm lý, các kỹ năng giao tiếp, các thủ thuật giao tiếp để định hướng ứng dụng vào cuộc sống và nghề nghiệp của con người…

4. Phương pháp nghiên cứu Tâm lý học giao tiếp.

4.1. Phương pháp luận của việc nghiên cứu Tâm lý học giao tiếp

Phương pháp luận của việc nghiên cứu Tâm lý học giao tiếp tạo đòi hỏi phải tuân thủ các nguyeen tắc cơ bản sau:

4.1.1 Nguyên tắc đảm bảo tính khách quan khi nghiên cứu.

Các hiện tượng tâm lý trong giao tiếp, hoạt động giao tiếp các tình huống giao tiếp là đối tượng nghiên cứu chính. Việc nghiên cứu các hiện tượng này phải đảm bảo tính khách quan, có nghĩa là xem xét chúng trong trạng thái tự nhiên nhất, thật nhất và tiêu chí trung thực, chính xác phải luôn luôn được đảm bảo.

4.1.2 Nguyên tắc quyết định luận duy vật biện chứng khi nghiên cứu.

Việc nghiên cứu TÂm lý học giao tiếp phải nhìn nhận rằng những cách đồng bộ bở những yếu tố khác tác động đến tâm lý người. Từ những điều kiện sinh học đến những điều kiện xã hội hay vai trò dặc biệt quan trọng của chỉ thể cùng với hoạt động của chú thể đều được xem xét trong việc nghiên cứu Tâm lý học giao tiếo. Đặc biệt, giao tiếo gắn chặt với đời sống tâm lý của con người khi giao tiếp trở thành phương cách thể hiện đời sống của con người thông qua kênh thực tế.

4.1.3. Nguyên tắc thống nhất tâm lý, ý thức với hoạt động khi nghiên cứu.

Nguyên tắc này khẳng định tâm lý, ý thức không tách rời khỏi hoạt động con người. Tâm lý, ý thức được hình thành, bộc lộ và phát triển trong họa động, đồng thời định hướng điều khiển, điều chỉnh hoạt động. Các hiện tượng tâm lý của giao tiếp đều được nghiên cứu thông qua hoạt động của con người trong thực tế.

4.1.4 Nghiên cứu Tâm lý học giao tiếp trong cái nhìn vận động và phát triển.

Tâm lý người có sự nảy sinh, vận động và phát triển. Sự phát triên tâm lý người nói chung và giao tiếp của con người nói riêng là không nhừng nên việc nghiên cứu Tâm lý học

giao tiếp phải được thực hiên một cách nghiêm túc, đẩm bảo vừa tính đến thực tế vừa chú ý tính dự kiến, dự phòng. Điều này làm cho Tâm lý học giao tiếo mang tính thực tiễn và ứng dụng cao, hướng đến việc cải thiện thực tế trong cuộc sống dựa trên hoạt động giao tiếp của cá nhân cũng như các quan hệ tương tác giữa con người và con người trong giao tiếp.

4.2. Phương pháp nghiên cứu Tăm lý học giao tiếp

4.2.1. Phương pháp quan sát

Khái niệm

Quan sát là hình thức tri giác chủ định bằng cách sử dụng các giác quan để thu thập thông tin về đối tượng, vấn đề nghiên cứu nhằm thực hiện các mục đích đã đặt ra phục vụ cho công tác nghiên cứu. Trong nghiên cứu về giao tiếp, quan sát hành vi giao tiếp là một yêu cầu rấ thú vị.

Hình thức

Quan sát có ba hình thức sau: quan sát trực tiếp, quan sát gián tiếp và tự quan sát.

- Quan sát trực tiếp là quá trình tri giác một cách trực tiếp đối tượng không sử dụng phương tiện trợ giúp.

- Quan sát gián tiếp là quá trình tri giác có sử dụng các công cụ phương tiện như: máy ghi âm, camera...

- Tự quan sát là quá trình nghiệm thể lấy chính các hiện tượng qua trình tâm lý của mình làm đối tượng tri giác.

Yêu cầu

Để đảm bảo việc quan sát có hiệu quả nhà nghiên cứu cần phải thực hiện các yêu cầu sau:

- Người quan sát phải xác định được mục tiêu, kế hoạch và cácl thức tiến hành.

- Phải đảm bảo được tính hệ thống, tính liên tục của quan sát. Trong quá trình nghiên cứu một hiện tượng tâm lý nào đó chúng ta phải kế hợp nhiều giác quan để tri giác đối tượng và đảm bảo được tính liên tục về mặt thời gian.

- Phải nắm được các vấn đề trước khi tiến hành quan sát. Một trong các yêu cầu khi tiến hành quan sát là, người nghiên cứu phải hiểu biế và nắm chắc vấn đề cần quan sát, có như vậy mới giúp họ chủ động trong quá trình nghiên cứu.

- Cần phải chuẩn bị chu đáo các phương tiện trước khi quan sát như: bút, giấy, camera, máy ghi âm... từ đó có thể ghi nhận được đầy đủ kết quả quan sát.

Ưu và nhược điểm

- Ưu điểm

+ Đây là phương pháp dễ tiến hành, và có thể quan sát được nhiều người trong một lúc.

Thông tin quan sát được rất phong phú về đối tượng (cả thông tin ngôn ngữ và thông tin phi ngôn ngữ).

+ Chi phí tiến hành đỡ tốn kém so với các phương pháp nghiên cứu khác

- Nhược điểm

+ Người quan sát đóng vai trò thụ động, không chủ động gây ra các hiện tượng nghiên cứu.

+ Kết quả thu được mang tính chất chủ quan vì thế hạn chế tính khách quan của kết quả nghiên cứu.

Điểm đặc trưng của việc quan sát trong nghiên cứu Tâm lý học giao tiếp là:

- Quan sát cử chỉ, hành vi và thái độ của các cá nhân trong những tình huống giao tiếp khác nhau và mối quan hệ khác nhau.

- Quan sát quá trình giao tiếp, các diễn tiến tâm lý thông qua các hành động và thái độ

- Quan sát những biểu hiện tâm lý khi tiếp cận đối tượng giao tiếp, thực hiện quan hệ giao tiếp, giải quyết mâu thuẫn - xung đột.

- Phương pháp quan sát phải được kết hợp chặt chẽ với phương pháp đối thoại, trò chuyện,...

4.2.2. Điều tra bằng bảng hỏi (Ankét)

Điều tra là phương pháp dễ áp dụng, trong thời gian ngắn mà có thể thu được nhiều thông tin rất phong phú về đối tượng nghiên cứu. Người ta có thể sử dụng điều tra để thu ý kiến của nghiệm thể nhằm mục đích nghiên cứu thái độ, nhận thức, tình cảm... của họ đối với vấn đề nào đó như với một dạng khuôn mặt, một kiểu lời nói, một cách thức mở đầu câu chuyện...

Khái niệm

Ankét là phương pháp sử dụng bảng hỏi được thiết kế sẵn từ trước, nhằm thu thập ý kiến chủ quan của một số đông nghiệm thể về một vấn đề hoặc hiện tượng nghiên cứu nào đó. Bằng cách yêu cầu nghiệm thể lựa chọn phương án trả lời phù hợp nhất với quan điểm của mình (đối với câu hỏi kín) hoặc đưa ra ý kiến chủ quan (đối với câu hỏi mở) cho các vấn đề đặt ra, phục vụ cho mục đích nghiên cứu.

Phân loại

Có thể phân ra làm hai loại: điều tra trực tiếp và điều tra gián tiếp.

- Điều tra trực tiếp là nhà nghiên cứu trực tiếp thiết kế bảng hỏi, trực tiếp đi điều tra và thu hồi kết quả nghiên cứu cũng như xử lý các kết quả nghiên cứu.

- Điều tra gián tiếp là điều tra qua các phương tiện thông tin đại chúng như: báo, đài, internet, ti vi... hoặc người nghiên cứu có thể sử dụng người khác thay mình đi phát phiếu điều tra đã được soạn thảo sẵn theo những chỉ báo nghiên cứu...

Yêu cầu

- Các câu hỏi phải ngắn gọn, dễ hiểu và phải phù hợp với trình độ của nghiệm thể.

- Cần phải kết hợp giữa câu hỏi kín và câu hỏi mở trong bảng hỏi. việc kết hợp này cho phép nghiên cứu được sâu các động cơ, nhu cầu và mong muốn của khách thể nghiên cứu.

- Phải tạo được bầu không khí chân thành hiểu biết lẫn nhau giữa người nghiên cứu và người được nghiên cứu, có như vậy mới thu được các thông tin khách quan, trung thực về đối tượng nghiên cứu.

- Phải chuẩn bị chu đáo, chính xác câu hỏi, phương án trả lời khi soạn bảng hỏi và phải tiến hành nghiên cứu thử trước khi nghiên cứu trên diện rộng.

- Cần phải hướng dẫn khách thể một cách chi tiết cách thức lựa chọn hoặc trả lời cho các câu hỏi.

Ưu và nhược điêm

-Ưu điểm

+ Trong một thời gian ngắn mà thu thập được các thông tin phong phú về đối tượng.

- Có thể nghiên cứu được nhiều khách thể trong cùng một lúc.

- Phương pháp này dễ tiến hành, có thể nghiên cứu ở trong hội trường, hay trên đường phố...

- Nhược điểm

- Đây là phươmg pháp chi phí cao (cho soạn thảo câu hỏi, phương pháp đi điều tra, in ấn bảng hỏi, xử lý kết quả...)

- Các thông tin thu được vẫn còn mang tính chủ quan của nhà nghiên cứu (kết quả của việc thiết kế câu hỏi)

- Thông tin thu được rất phong phú, đa dạng cho nên rất khó xử

Nên kết hợp với các phương pháp nghiên cứu khác làm tăng độ -h quan của kết quả nhận được.

4.2.3. Phỏng vấn

Khái niệm

Phỏng vấn là phương pháp thăm dò ý kiến của nghiệm thể, bằng cách trao đổi trực tiếp giữa người phỏng vấn và nghiệm thể, nhằm thu thập ý kiên chủ quan của nghiệm thể về một vấn đề hoặc hiện tượng tâm lý nào đó phục vụ cho mục đích nghiên cứu. Trong nghiên cứu về

giao tiếp, phỏng vấn được sử dụng để khai thác về một quan niệm nào đó trong giao tiếp, những kỳ thuật sử dụng trong quá trình giao tiếp...

Phân loại

- Phỏng vấn tiêu chuẩn hóa

- Là loại phỏng vấn trực tiếp giữa người phỏng vấn và nghiệm thể theo quy trình, nội dung và các câu hỏi đã được chuẩn bị từ trước.

- Phỏng vấn phi tiêu chuẩn hóa

Là loại phỏng vấn trực tiếp không theo một quy trình và kế hoạch cụ thể, người phỏng vấn có quyền đặt ra các câu hỏi tùy theo tình huống và thời cơ phỏng vấn.

- Phỏng vấn sâu

Là loại phỏng vấn được tiến hành giữa nhà nghiên cứu và một nghiệm thế về một vấn đề nào đó. Phỏng vấn sâu có thể giúp nhà nghiên cứu đi sâu vào các tầng bậc sâu của các hiện tượng tâm lý như: động cơ, sở thích, niềm tin, lý tưởng.... Phỏng vấn sâu thường được sử dụng kết hợp với các phương pháp nghiên cứu khác, giúp chúng ta khẳng định vấn đề hoặc hiện tượng nghiên cứu nào đó.

Yêu cầu

- Người phỏng vấn phải hiểu biết tốt vấn đề nghiên cứu. Thông thường, trước khi tiến hành phỏng vấn, người tiến hành phải nắm chắc vấn đề nghiên cứu để có thể nắm chắc nội dung phỏng vấn.

- Câu hỏi đưa ra phải ngắn gọn, dễ hiểu phù hợp với trình độ của nghiệm thể. Khi tiến hành phỏng vấn, người phỏng vấn cần biết trước nghiệm thể là ai, ở lứa tuổi nào và trình độ của họ ra sao... để đưa ra câu hỏi cho phù hợp.

- Phải tạo ra được bầu không khí thân mật, chân thành và hiểu lẫn nhau giữa người phỏng vấn và nghiệm thể.

- Chuẩn bị tốt các phương tiện cần thiết (ví dụ: máy ghi âm, camera, giấy, bút...) để cho buổi phỏng vấn có kết quả tốt.

ưu và nhược điểm

- Ưu điểm

+ Đây là phương pháp nghiên cứu dễ tiến hành và chi phí không nhiều so với các phương pháp nghiên cứu khác.

+ Thông tin thu được rất phong phú về nghiệm thể nghiên cứu (cả thông tin ngôn ngữ và phi ngôn ngữ), cách trả lời của họ rất tự nhiên, vì vậy kết quả có tính khách quan.

+ Có thể giúp nhà nghiên cứu đi sâu vào các cơ chế tâm lý bên trong của các hiện tượng tâm lý nghiên cứu (với loại phỏng vấn sâu).

- Nhược điểm

+ Mất nhiều thời gian cho việc nghiên cứu, vì thường là phải phỏng vấn từng người một.

- Số lượng của nghiệm thể được phỏng vấn thường không nhiều vì thế tính khách quan của các kết quả thường không cao.

- Kết quả phỏng vấn phụ thuộc vào trình độ của người phỏng vấn chính thức đặt câu hỏi, khả năng linh hoạt và am hiểu vấn đề) vì vậy mang tính chủ quan rất cao. Hơn nữa, trong quá trình phỏng vấn, những cá nhân có kỹ năng giao tiếp đặc biệt là bản lĩnh giao tiếp, những thông tin hồi cố có thể không chính xác hoặc dễ dàng bị cảm xúc chi phối.

4.2.4. Phương pháp thực nghiệm

Có thể sử dụng phương pháp thực nghiệm trong Tâm lý học để ẻn cứu các đặc điểm tâm lý chủ thể giao tiếp. Bằng phương pháp nghiệm người ta có thể phát hiện cơ chế, tính quy luật, đánh giá, định tính và định lượng một cách khách quan các hiện tượng tâm lý trong giao tiếp cần nghiên cứu.

Khái niệm

Thực nghiệm là phương pháp nghiên cứu được thực hiện bằng cách tạo ra các điều kiện khách quan (có thể khống chế được) để tạo ra các hiện tượng tâm lý cần nghiên cứu, nhằm phát hiện các quy luật và cơ chế bên trong của chúng phục vụ cho mục đích đặt ra.

Phân loại

Có hai loại thực nghiệm: trong phòng thí nghiệm và tự nhiên.

Thực nghiệm trong phòng thí nghiệm:

Thực nghiệm trong phòng thí nghiệm là loại thực nghiệm được tiến hành trong điều kiện nhân tạo (trong phòng thí nghiệm) để có thể chủ động tạo ra được các hiện tượng tâm lý cần nghiên cứu, nhằm tìm hiểu các quy luật, cơ chế bên trong của chúng.

- Thực nghiệm tự nhiên:

Thực nghiệm tự nhiên là loại thực nghiệm được tiến hành trong điều kiện tự nhiên, nhằm phát hiện các cơ chế, quy luật bên trong của hiện tim lý nào đó cần nghiên cứu. Đây cũng là loại thực nghiệm rất lý thú khi nghiên cứu Tâm lý học giao tiếp nhưng tần suất lặp lại là khá thấp nếu như không nói là rất hiếm khi.

Yêu cầu

- Phải có mục đích, kế hoạch thực nghiệm cụ thể như: nghiên cứu thực nghiệm để làm gì? tiến hành thực nghiệm ở đâu, trên nghiệm thẻ nào?

- Phải tạo ra được những điều kiện có khả năng can thiệp vào tình huống, làm nảy sinh vấn đề hay hiện tượng tâm lý cần nghiên cứu.

- Cần phải có các nhóm đối chứng khi tiến hành nghiên cứu thực nghiệm nhằm so sánh tìm ra được sự khác biệt hoặc lý giải các quy luật, cơ chế tâm lý trong hiện tượng, vấn đề cần nghiên cứu.

- Thực nghiệm phải bảo đảm nguyên tắc có thể lặp lại được kết qua nghiên cứu khi cần thiết.

Ưu nhược điểm

- Ưu điểm

+ Đây là phương pháp nghiên cứu cho thấy kết quả một cách tương đối khách quan so với các phương pháp nghiên cứu khác (do yêu cầu là có thể lặp lại được kết quả nghiên cứu).

+ Phương pháp này cho phép nghiên cứu nhiều hiện tượng tâm lý trên cùng một nghiệm thể.

- Nhược điểm

+ Tốn kém nhiều thời gian và chi phí cao so với các phương pháp nghiên cứu khác.

+ Kết quả nghiên cứu phụ thuộc rất nhiều vào trình độ của người thiết kế thực nghiệm.

+ Thực nghiệm khó có độ khách quan cao nếu không không được các biến số hay các yếu tố nhiễu.

4.2.5. Phương pháp phân tích sản phẩm hoạt động

Khái niệm

Phương pháp phân tích sản phẩm hoạt động là phương pháp nghiên cứu nhằm tìm hiểu và đánh giá trình độ phát triển khoa học công nghệ và các giá trị văn hóa, tinh thần của con người hay nhóm người, thông qua các sản phẩm của giao tiếp, nhằm phục vụ mục đích nghiên cứu đặt ra từ trước.

Yêu cầu

- Người nghiên cứu phải nắm chắc được vấn đề nghiên cứu, trên cơ sở đó họ có thể trình diễn, phân tích, đánh giá sản phẩm một cách trung thực khách quan.

- Phải phân tích cụ thể, sâu sắc các giai đoạn, thời gian và điều kiện xuất hiện sản phẩm, đồng thời phải so sánh với các sản phẩm cùng loại đã có.

Ưu nhược điêm

-Ưu điểm

+ Đây là phương pháp nghiên cứu cung cấp các số liệu rất phong phú về đối tượng nghiên cứu.

- Phương pháp này cho phép nghiên cứu không chỉ đặc điểm tâm lý, trình độ, kỹ năng... giao tiếp của những người đang sống mà còn cả các thế hệ trước đây nữa.

- Phương pháp này nếu được kết hợp với các phương pháp nghiên cứu khác thì cho chúng ta kết quả khách quan hơn.

- Nhược điểm

- Nhà nghiên cứu phải có trình độ, nắm chắc được vấn đề nghiên cứu.

- Chi phí tốn kém so với các phương pháp nghiên cứu khác.

- Kết quả nghiên cứu phụ thuộc rât nhiêu vào trình độ của nhà nghiên cứu (mang tính chủ quan).

Kêt quả nghiên cứu sẽ không thực sự được kiểm soát nếu nguồn gốc cùa đối tượng nghiên cứu và người thực hiện sản phẩm không được xác định chính xác...

2.6. Phương pháp trắc nghiệm

Khải niệm

Phương pháp trắc nghiệm hay còn gọi là test (phương pháp nghiên cứu theo mô hình) là phương pháp nghiên cứu Tâm lý học nói chung và tâm lý học giao tiếp nói riêng dựa trên các kết quả đáng tin cậy từ một mẫu khá lớn các cá nhân khác nhau từ đó rút ra một mô hình mang tính chuẩn hóa làm cơ sở để đánh giá những vấn đề tâm lý nói chung hay những vấn đề có liên quan đên giao tiếp nói riêng của một con người.

Phân loại

Phương pháp trắc nghiệm được sử dụng theo các hình thức đa dạng như trắc nghiệm nhóm, trắc nghiệm cá nhân, trắc nghiệm tiêu chuẩn hóa hoặc trắc nghiệm được thiết kế. Trắc nghiệm được sử dụng để đc lường các vấn đề liên quan đến giao tiếp thường là trắc nghiệm tiêu chuẩn. Có thể đề cập đến việc sử dụng trắc nghiệm đế nghiên cứu các vấn đề sau trong giao tiếp: nhu cầu giao tiếp, kiểu khí chất trong giao tiếp, các kỹ năng cụ thể trong các nhóm kỹ năng giao tiếp...

Yêu cầu

- Đối tượng lựa chọn phải là trắc nghiệm khách quan.

- Các câu hỏi - bài tập trong trắc nghiệm phải thực sự khoa học va hợp lý.

- Trắc nghiệm phải đo đúng cái cần đo, hay nói khác đi các tiêu chí đo phải rõ ràng.

Ưu điểm và nhược điểm

- Ưu điểm

+ Dễ sử dụng đại trà

+ Kết quả định lượng khá chi tiết

- Khuyết điểm

+ Chỉ thấy kết quả mà không thấy cả quá trình

+ Kết quả trắc nghiệm nếu không chính xác sẽ dẫn đến đánh giá

Như vậy phương pháp trắc nghiệm trong nghiên cứu Tâm lý học giao tiếp được sử dụng với những gợi ý sau:

- Phải thực sự chú ý đến dạng thức của trắc nghiệm, đặc biệt là tính chất của trắc nghiệm.

- Nên quan tâm một cách nghiêm túc đến kỹ thuật đánh giá vì đó là một thách thức rất lớn khi sử dụng trắc nghiệm.

- Trắc nghiệm khi được sử dụng trong nghiên cứu về giao tiếp chỉ một kiểu đo lường mang tính chất định lượng cần được bổ sung bởi các kiểu nghiên cứu định tính.

CÂU HỎI

1. Trình bày khái niệm về giao tiêp. Dưới góc độ Tâm lý học, đâu là định nghĩa về giao tiếp mà anh chị tâm đắc?

2. Nhóm các hướng nghiên cứu về giao tiếp dựa trên các dữ liệu về lịch sử nghiên cứu Tâm lý học. Rút ra những trọng điểm nghiên cứu về giao tiếp trong giai đoạn hiện nay.

3. Trình bày các nhiệm vụ nghiên cứu Tâm lý học giao tiếp. Phác thảo công việc của cá nhân trong tương lai để chọn lọc những nhiệm vụ nghiên cứu trọng tâm của Tâm lý học giao tiếp nhằm phục vụ cho công việc của mình.

4. Sưu tầm một vài trắc nghiệm đánh giá về nhu cầu giao tiếp, kỹ năng giao tiếp.

5. Soạn thảo một bảng hỏi để khảo sát nhận thức của một nhóm khách thể về một vấn đề nào đó trong giao tiếp.

6. Trình bày những lưu ý cơ bản khi quan sát con người trong giao tiếp.

Phân tích các chức năng cơ bản của giao tiếp.

PHẦN TÓM TẮT

- Giao tiếp là quá trình hình thành và phát triển sự tiếp xúc giữa người với người được phát sinh từ nhu cầu trong hoạt động chung, bao gồm sự trao đổi thông tin, xây dựng chiến lược tương tác thống nhất tri giác và tìm hiểu người khác nhằm đạt được một mục đích nào đó. Nói cách khác, giao tiếp là hoạt động xác lập và vận hành các mối quan hệ xã hội giữa người và người nhằm thỏa mãn những nhu cầu nhất định và nhằm đạt được mục đích nào đó.

- Giao tiếp có vai trò, chức năng cụ thể như: Chức năng thỏa mãn nhu cầu của con người, chức năng thông tin hai chiều giữa các chủ thể tham gia giao tiếp; chức năng tổ chức, điều khiển, phối hợp hành động của một nhóm người trong cùng một hoạt động cùng nhau;

chức năng điều khiển, điều chỉnh hành vi; chức năng xúc cảm; chức năng nhận thức và đánh giá lẫn nhau; chức năng giáo dục và phát triển nhân cách.

- Giao tiếp được phân loại theo nhiều cách: căn cứ vào phương tiện giao tiếp (giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ), căn cứ vào khoảng cách giao tiếp (giao tiếp trực tiếp và giao tiếp gián tiếp), căn cứ vào quy cách giao tiếp (giao tiếp chính thức và giao tiếp không chính thức).

- Cấu trúc của hành vi giao tiếp được biểu hiện thông qua một số mô hình truyền thông cơ bản như: mô hình truyền thông một chiều, mô hình truyền thông mã hoá và giải mã đa cấp.

- Khi tiến hành nghiên cứu Tâm lý học giao tiếp cần tuân theo các nguyên tắc phương pháp luận cơ bản sau: nguyên tắc đảm bảo tính khách quan; nguyên tắc quyết định luận duy vật biện chứng; nguyên tắc thống nhất tâm lý, ý thức với hoạt động; nghiên cứu Tâm lý học giao tiếp trong cái nhìn vận động và phát triển.

- Các phương pháp nghiên cứu Tâm lý học giao tiếp cụ thể: phương pháp quan sát, điều tra bằng bảng hỏi (Ankét), phỏng vấn, thực nghiệm, phân tích sản phẩm hoạt động, trắc nghiệm. Mỗi phương pháp đều có những ưu điểm và hạn chế riêng, do đó, khi tiến hành nghiên cứu Tâm lý học giao tiếp cần phối hợp nhiều phương pháp sao cho thích ứng và phù hợp.

CHƯƠNG 2 MỘT VÀI VẤN ĐÈ LÝ LUẬN VỀ GIAO TIẾP DƯỚI GÓC ĐỘ TÂM LÝ HỌC

Giao tiếp là một vấn đê được nghiên cứu dưới nhiều góc nhìn khác, cũng như những khoa học khác nhau. Việc xem xét giao tiếp dưới góc nhìn của tâm lý học sẽ làm cho giao tiếp mang đậm màu sắc con người vì giao tiêp được xem như hoạt động rât đặc trưng của con người. Tâm lý học giao tiếp sẽ tìm hiểu những đặc điểm của giao tiếp và các vấn đề lý luận về giao tiếp để nhìn nhận về giao tiếp một cách tâm lý hơn và đặc trưng hơn.

1. Những đặc điểm cơ bản của giao tiếp

Có thể nói giao tiếp có những đặc điểm đặc trưng riêng của mình vì giao tiếp vừa là một nhu cầu không thể thiếu của con người, vừa được xem như hoạt động đặc trưng của con người cũng như một phương tiện quan trọng ảnh hưởng đến chất lượng hoạt động cũng như ảnh hưởng đến sự phát triên cá nhân cũng như sự phát triên xã hội.

Giao tiếp luôn mang tỉnh mục đích

Giao tiếp là yếu tố không thể thiếu trong đời sống của con người.

Tính mục đích trong giao tiếp cũng thể hiện rõ thông qua việc tiến hành các cuộc giao tiếp, thiết lập các mối quan hệ xã hội hay thực hiện hành vi giao tiếp. Mục đích ở đây được

hiểu là mô hình kết quả người suy nghĩ dưới dạng một sản phẩm độc đáo và đặc trưng duy. Mục đích ấy chính là kết quả mang ý nghĩa tinh thần hay ý trên bình diện tâm lý - tình cảm mà không hẳn là những lợi lộc ì những gì thuộc về vật chất.

Khi xác lập giao tiếp, con người có quyền suy nghĩ về mục đích của giao tiếp. Đó có thể là một cảm xúc được thăng hoa, đó có thể là một mối quan hệ mới được thiết lập về sau, đó có thể là việc gây những ấn tượng tích cực, đó có thể là việc gây hiệu ứng lưu luyến, đó cũng có thể là "chút" chất keo bồi đắp cho tình cảm... Con người nhận ra mục đích của chính mình trong giao tiếp hay chưa nhận ra một cách rõ ràng về mục đích của chính mình không quan trọng bằng việc con người tìmị được những hiệu ứng đích thực trong giao tiếp. Đó chính là mục đích sâu xa nhất mà giao tiếp xác lập để đem lại những kết quả sâu sắc nha nhằm phục vụ cho cá nhân, xã hội và của con người nói chung.

1.2. Giao tiếp là sự tác động giữa chủ thể với chủ thể

Nếu như với hoạt động thì mối quan hệ được xác lập chính là mối quan hệ giữa chủ thể và đối tượng. Nói khác đi thì trong diễn trình của hoạt động, con người sẽ tác động vào đối tượng để thực hiện hoạt động của mình nhằm đạt một sản phẩm kép. Tương tự như thế, giao tiếp cũng là sự tác động mang tính chất có định hướng, nhưng đó là sự tác động song phương và đa chiều. Trong giao tiếp sẽ không có ai là khách thẻ hoàn toàn hay chủ thể hoàn toàn mà cả hai đều là chủ thể tương tác một cách tích cực và chủ động.

Có thể phân tích về sự tương tác của chủ thể trong giao tiếp là khi con người chủ động muốn giao tiếp với một đối tượng nào đó, con người luôn xem chính họ là chủ thể vì nhất thiết phải hiểu về họ, tôn trọng họ mới có thể tiến hành cuộc giao tiếp thành công. Ngay cả khi chúng ta sử dụng kiểu nói độc thoại cũng đừng quên rằng tính chủ thể của người nghe cũng thể hiện một cách sâu sắc trong sự tương tác. Ở một góc độ khác, trong quá trình giao tiếp, tính chủ thể của người nghe có thể trở thành những hành vi tán thành hay phản ứng, những hành động ủng hộ hay chống đối. Thậm chí cuộc nói chuyện có thể bị pha vỡ nếu như tính chủ thể của người nghe bị kích thích và bật dậy mạnh mẽ khi không có sự thích ứng hay sự chấp nhận trong giao tiếp diễn ra.

Tính chủ thể tương tác này còn được nhìn nhận và phân tích khi mỗi con người đều có thể khác nhau trong giao tiếp. Từ nhận thức đến tình cảm và những yếu tố tâm lý có liên quan làm cho tính chủ thể mang màu sắc đặc trưng và trở nên độc đáo. Trong quá trình giao tiếp, ban đầu việc xác định một chủ thể tưởng chừng như rõ ràng nhưng rồi trong tiến trình giao tiếp sự đoi vai có thể nhanh chóng diễn ra. Chủ thể thứ hai có thể trở nên rất chủ động và thậm chí lấn át chủ the thứ nhất. Tiến trình giao tiếp diễn ra thì sự thay đôi này cũng có thể liên tục diễn

ra và sự tương tác giữa hai chủ thể trở nên hết sức sâu sắc. Nói khác đi, trong giao tiếp không có ai là khách thể mà cả hai đều là chủ thể, đều là những chủ thể tương tác một cách tích cực và chủ động.

1.3. Giao tiếp mang tỉnh phổ biến

Giao tiếp có tính phổ biến vì mọi cá nhân, mọi con người đều có nhu cầu giao tiếp. Trong suốt tiến trình phát triển, trong những mối quan hệ khác nhau, con người đều thực hiện nhu cầu giao tiếp của chính mình. Có thể nhận thấy điều này khi những nghiên cứu tâm lý minh chứng rằng con người có nhu cầu giao tiếp ngay từ lúc còn trong bụng mẹ. Khi vừa được sinh ra, con người mong chờ được giao tiếp thông qua những tác dộng đầy cảm xúc của cha mẹ và người nuôi dưỡng trong giai đoạn từ 0-2 tháng tuổi khi hoạt động chủ đạo của trẻ là hoạt động giao lưu cảm xúc trực tiếp với người lớn. Nhu cầu giao tiếp này tiếp tục phát triển và thể hiện tính độc đáo của nó ở những độ tuổi khác nhau.

Xét ở những cá thể khác nhau, tính phổ biến này còn thể hiện ở giới tinh, sự phát triển các giác quan, sự phát triển trí tuệ. Những người câm điếc vẫn thể hiện nhu cầu giao tiếp và giao tiếp tích cực với nhau thông qua hành vi - cử chỉ. Những trẻ em có vấn đề về trí tuệ vẫn mong được giao tiếp và thực hiện nhu cầu giao tiếp theo hướng riêng của mình. Nói khác đi, tính phổ biến của giao tiếp cho thấy giao tiếp không phụ thuộc hay không bị "nghiêm cấm" bởi những yếu tố về giới tính hay đặc diêm nhận thức.

Tính phổ biến của giao tiếp còn thể hiện ở việc giao tiếp có mặt trong hầu hết hoạt động sống của con người. Nhu cầu giao tiếp có liên quan đến những nhu cầu cơ bản của con người. Nhu cầu giao tiếp được quy định đồng thời bởi nhiều nhu cầu khác nhau. Trong giao tiếp, con người không chỉ thoả mãn nhu cầu giao tiếp mà còn hình thành, phát triển - thoả mãn những nhu cầu khác. Nói khác đi, những ai có nhu cầu giao tiếp và những nhu cầu khác có mối liên quan đến nhu cầu giao tiếp, đều mong muốn được giao tiếp đê thoả mãn nhu cầu của chính mình. Tính phổ biến của giao tiếp được minh chứng sâu sắc thông qua mối quan hệ đặc biệt đó.

1.4. Giao tiếp có mối quan hệ chặt chẽ với hoạt động và cùng góp phần hình thành tâm lý người

Hoạt động và giao tiếp là hai khái niệm phản ánh hai loại quan hệr của con người với thế giới xung quanh. Trong hoạt động đối tượng, con ỉ1 người là chủ thể tác động vào thế giới đồ vật là khách thể, là sự phảnị ánh mối quan hệ giữa con người với thế giới đồ vật. Giao tiếp là sự phản ánh mối quan hệ giữa con người với con người, đó là quan hệ giữa chủ thể với chủ thể.

Ở một góc độ nhất định, giao tiếp là một dạng đặc biệt của hoạt động vì giao tiếp cũng có những đặc điểm như hoạt động, cũng có cấu trúc vĩ mô như hoạt động, bao gồm: động cơ, mục đích, điều kiện - phương tiện, đối tượng, sản phẩm... Điều này có thể nhận thấy rất rõ thông qua hoạt động giao tiếp của cá nhân hoặc nhóm người khi phân tích diễn tiến của nó trong cuộc sống

Ở một góc độ khác, hoạt động và giao tiếp là hai phạm trù đồng đang. Hoạt động và giao tiếp có nhiều điểm khác nhau nhưng chúng có mối quan hệ mật thiết với nhau trong cuộc sống con người. Có thể phân tích sâu hơn về mối quan hệ đó như sau:

+ Giao tiếp diễn ra như một điều kiện của hoạt động. Trong từng hoạt động cụ thể, khi tương tác cùng nhau, khi phối hợp cùng nhau, con người luôn cần có sự giao tiếp cùng nhau, giao tiếp để hiểu biết, giao tiếp để triển khai hoạt động, giao tiếp để động viên, giao tiếp cùng nhau hướng đến mục tiêu của hoạt động. Trong trường hợp này, giao tiếp là một mặt của hoạt động, trở thành một thành phần của hoạt động

+ Ngược lại, hoạt động có thể là điều kiện để thực hiện quan hệ giao tiếp giữa con người với con người. Cụ thể như chỉ khi hoạt động cùng nhau, làm việc cùng nhau, con người mới có thể giao tiếp một cách tích cực và hiệu quả mà trong những trường hợp khác thì giao tiếp gần như rất khó có thể diễn ra

Như vậy, giao tiếp là điều kiện đế con người hoạt động cùng nhau. Ngược lại, hoạt động là điều kiện đế con người thực hiện quan hệ giao tiếp. Nói như thế nghĩa là hoạt động và giao tiếp là hai mặt không thể thiếu trong đời sống của con người.

Hoạt động và giao tiếp cùng góp phần quan trọng trong sự hình thành và phát triển tâm lý người khi xem xét những cơ sở sau:

Cơ sở của tâm lý học Mác xít xác định rằng tâm lý không phải là cái có sẵn trong con người cũng không phải là sản phẩm được sản sinh ra một cách giản đơn - thuần túy từ một cơ quan nào đó của con người theo kiểu khép kín. Những nghiên cứu tâm lý cho thấy vật chất là cái thứ nhất, tâm lý là cái thứ hai, tồn tại quyết định tâm lý. Những luận điểm về tâm lý người cho thấy tâm lý người có nguồn gốc từ thế giới khách quan bên ngoài. Nội dung tâm lý là nội dung của hiện thực khách quan được phản ánh vào trong não và được cải biến trong ấy.

Mặt khác, trong thế giới khách quan đang hiện hữu, hệ thống kinh nghiệm lịch sử, xã hội quyết định tâm lý người. Bằng hoạt động và giao tiếp con người biến những kinh nghiệm xã hội lịch sử thành cái riêng của mình mà đó chính là tâm lý. Nếu như con người không hoạt động và giao tiếp thì không thể có những kinh nghiệm, không thể có những kiến thức và kỹ năng tương ứng và chắc chắn không thể có tâm lý hay không thể có sự phát triển về mặt tâm

lý. Nói khác đi, nội dung hoạt động và giao tiếp có thể dần dần chuyên thành nội dung trong đời sống tâm lý con người. Những chuẩn mực, những nguyên tắc, những yếu tố thuộc về luân lý, đạo đức và nhiều vấn đề khác có thể sẽ trở thành nội dung đời sống hay nội dung tâm lý của con người.

Hơn thế nữa, trong hoạt động và giao tiếp cùng với thế giới xung quanh con người sẽ có sự tương tác tích cực để tạo ra những dấu ấn mới trong sự phát triển tâm lý. Từ sự tương tác với môi trường và người khác trong hoạt động và giao tiếp, con người sẽ nâng mình lên một tầm cao mới, một mức độ phát triển mới tương ứng từ đó tạo ra những dấu ấn sự phát triển tâm lý. Ngay trong quá trình hoạt động và giao tiếp, người sẽ chủ động lĩnh hội, chủ động tích lũy và chủ động đổi thay một cách thích ứng, đó cũng chính là những lực đẩy thôi thúc hay thúc đẩy tâm lý người phát triển. Nói tóm lại, hoạt động và giao tiếp vừa là động lực của sự hình thành và phát triển tâm lý và tâm lý người cũng chính là sản phẩm của hoạt động và giao tiếp

2. Các hoạt động tâm lý trong giao tiếp

Giao tiếp là một đặc trưng tâm lý của đời sống con người. Không thể tách rời giao tiếp ra khỏi hoạt động cũng như không thể tách rời giao tiếp ra khỏi các hoạt động tâm lý khác như các quá trình tâm lý, các thuộc tính tâm lý của đời sống con người. Nói khác đi, các hoạt động tâm lý khác của con người tham gia chặt chẽ và đồng hành cùng giao tiếp cũng như ảnh hưởng một cách sâu sắc đến giao tiếp của một cá nhân, một con người hay một nhóm người. Đặc biệt hơn, đó chính là sự chi phối hay ảnh hưởng của nhận thức, tình cảm và ý chí của con người.

2.1. Sự tham gia của nhận thức

Nhận thức là yếu tố cơ bản tham gia đặc biệt trong quá trình giao tiếp của con người. Nền tảng của nhận thức thể hiện rõ khi bạn giao tiếp với ai, bạn phải bắt đầu nhận thức về người ấy. Sự giao tiếp đầu tiên giữa hai người bao giờ cũng bắt đầu bằng yếu tố nhận thức cảm tính. Chính cảm giác và tri giác cho phép bạn thu nhận những thông tin ban đầu về con người giao tiếp thông qua thị giác và thính giác. Lê đương nhiên, những thông tin ấy có được từ những cảm nhận ban đầu nên thiếu cơ sở chi tiết, chính xác, vững vàng, cũng không thể thực sự khoa học. Ở góc độ giao tiếp, những tín hiệu mang lại từ nhận thức cảm tính có thể góp phần quan trọng hình thành ấn tượng đầu tiên trong giao tiếp hay thậm chí là những yếu tố thuộc về linh cảm. Những cơ sở này ảnh hưởng ít nhiều đến chất lượng cũng như thái độ cuộc giao tiếp. Bên cạnh đó, với những gì con người quan sát, mối quan hệ giao tiếp có thê trở nên

xuôi chiều hơn khi những phán đoán nhanh chóng ban đầu được vận dụng một cách có cơ sở cũng như khoa học.

Hơn thế nữa, nếu như thực sự tập trung chú ý cao độ, con người sẽ có nhiều cơ hội thành công hơn trong giao tiếp. Những nghiên cứu cho thấy, việc bạn hết lòng chú ý đến người khác trong giao tiếp là tín hiệu cởi mở để cuộc giao tiếp diễn ra theo chiều hướng có lợi. Sự chú ý nàv hàm ý ủng hộ cuộc giao tiếp, bộc lộ thái độ tôn trọng. Ngoài ra, đó cũng chính là cách thức thu nhận những thông tin từ tri giác một cách hợp lý. Việc khéo léo chú ý để nhận diện được được chân dung tâm lý cũne như nhanh chóng nhận ra những điều cấm kỵ để chúng ta không phạm huý trong giao tiếp cũng là những tín hiệu tích cực. Tuy nhiên, điều đó vẫn phải nhờ vào sự tham gia đặc biệt của trí nhớ. Việc nhớ tên, nhớ các đặc điểm thuộc về sở thích sẽ là yếu tố gây thiện cảm đặc biệt với người khác. Trí nhớ còn giúp con người có thể giữ được mạch của cuộc giao tiếp, giữ được thể diện của mình khi cuộc giao tiếp được tiến hành lúc những thông tin giao tiếp luôn được lưu giữ. Đối với những cá nhân mà số lần giao tiếp được diễn ra khá nhiều, điều cơ bản cần lưu tâm là con người cần giữ uy tín của mình với những điều đã hứa trong giao tiếp.

Sự phán đoán chân dung tâm lý, sự điều chỉnh chính mình hay điều chỉnh kế hoạch giao tiếp chỉ đạt hiệu quả nếu có sự tham gia của tư duy và tưởng tượng. Con người không thể chỉ dựa vào những tín hiệu cảm tính của cảm giác và tri giác đem lại. Với những tín hiệu ban đầu từ nhận thức cảm tính, tư duy và tưởng tượng sẽ cho phép con người "chuẩn hóa" ở mức tương đối những thông tin ban đầu ấy dựa trên những quy luật chung để đánh giá và đưa ra phán đoán. Các hành động tư duy cũng như các thao tác tư duy được khai thác tối đa để con người có thể tạo ra những mô hình tích cực nhất nhằm hướng đến việc giao tiếp thật sự tích cực và hiệu quả. Yếu tố tư duy và tưởng tượng cũng thể hiện sự tham gia rất mạnh mẽ của mình khi muốn giao tiếp với một người nào đó, nhất thiết những định dạng về khuôn mặt, kiểu nói chuyện, phong cách giao tiếp... sẽ trở nên cần thiết. Đó là chưa kể trong cuộc giao tiếp trực tiếp thì sự tư duy sâu sắc để hướng cuộc giao tiếp có lợi, đạt được mục đích giao tiếp hay phá những thế găng hoặc giải quyết những mâu thuẫn - xung đột không thể thiếu vắng sự tham gia tích cực của tư duy.

2.2 - Sự tham gia của xúc cảm - tình cảm và ý chí

Những cảm xúc ban đầu là yếu tố ảnh hưởng đặc biệt đến quá trình giao tiếp. Việc tiếp xúc với đối tượng, những cảm xúc đầu tiên ở nét trang phục là hết sức quan trọng. Những xúc cảm tích cực sẽ đem đến những ấn tượng tốt trong quá trình giao tiếp và những xúc cảm tiêu cực sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến quá trình giao tiếp. Lẽ đương nhiên, về cảm xúc muốn gây

ấn tượng tốt cũng cần chú ý thật kỹ đến những yêu cầu về cảm xúc đối với người đối diện và người giao tiếp có kỹ năng cũng không nên lệ thuộc quá nhiều vào cảm xúc ban đầu.

Ở góc độ khác, tình cảm cũng ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu ứng của cuộc giao tiếp. Những nghiên cứu cho thấy sự "mù màu" có nguy cơ diễn ra nếu tình cảm choáng ngợp con người trong quá trình giao tiếp. Khi yếu tố tình cảm phát sinh, con người có thể thiếu đi sự cân bằng cần thiết vì sức mạnh và sự chi phối của tình cảm. Mặt khác, nếu tình cảm giữa hai đối tượng không tốt, những rào cản tâm lý có thể nảy sinh khi chính đối tượng cảm nhận rằng những gì người giao tiếp cùng mình đều không làm cho mình cảm thấy hài lòng hay phù hợp. Vượt qua được những chi phối về tình cảm này không phải dễ khi con người là một thê thống nhất. Tuy vậy, việc hiểu đúng cảm xúc, tình cảm của chính mình sẽ làm cho người giao tiếp bớt đi sự chủ quan không đáng có. Ngược lại, việc hiểu biết một cách đúng đắn cảm xúc và tình cảm của người khác sẽ làm cho chúng ta dễ dàng chủ động, khéo léo và tinh tế hơn trong giao tiếp. Mặt khác, việc nắm được các quy luật của đời sống tình cảm và vận dụng nó một cách triệt để trong quá trình giao tiếp sẽ làm cho giao tiếp được chủ động hơn, mang tính thống nhất hơn cũng như hoàn thiện hơn.

Việc tham gia của ý chí trong giao tiếp cũng có thể được phân tích ở các góc độ khác nhau. Khi giao tiếp, con người luôn gặp những thách thức, những khó khăn và trắc trở. Điều cơ bản là ý chí sẽ giúp con người trở nên mạnh mẽ, gan dạ và hết lòng vì mục tiêu giao tiếp của chính mình. Những thách thức cụ thể như sự chờ đợi, sự kiên nhẫn,... sẽ được chính ý chí giải quyết nhằm hướng đến thành công đích thực của giao tiếp. Hơn thế nữa, với những trường hợp mà người giao tiếp có ý "nắn gân" hay cố tình làm khó thì nhờ vào ý chí, con người sẽ có thể theo đuổi mục tiêu giao tiếp mà không bị tác động ngược hay bị làm xao nhãng mục tiêu chính.

Trong mối quan hệ với người khác, khó có thể tránh những cảm xúc bực bội hay những tình huống nóng nảy. Cảm xúc tiêu cực hay ca những cảm xúc âm tính có thể làm cho người khác thiếu thiện chí hoặc cuộc giao tiếp dễ dàng bị phá vỡ. Vì thế, việc giao tiếp cần được dựa trên nền tảng của khả năng kiềm chế cảm xúc hay quản lý cảm xúc và thậm chí là điều chỉnh cảm xúc. Khả năng này dựa trên cơ sở quan trọng của ý chí vì khi làm chủ chính mình thì con người có thể quản lý bản thân đế hướng đến những mục tiêu chung của giao tiếp hoặc những kế hoạch giao tiếp mà bản thân đã vạch ra như một chiến lược ban đầu.

3. Các yếu tố tác động đến quá trình giao tiếp

3.1. Các yếu tố thuộc về cá nhân

3.1.1. Hiêu về chính mình và hiếu về người khác

* Tôi là ai và chân dung tâm lý của bản thân

Sự tự nhận thức là yếu tố rất quan trọng để cuộc giao tiếp hay những mối quan hệ giao tiếp được tiến hành. Việc nhận thức bản thân sẽ trả lời câu hỏi "tôi là ai" và trên cơ cở ấy con người sẽ dễ dàng giao tiếp đúng hướng, đúng cách, đúng những quy chuẩn cần thiết. Câu hỏi tôi là ai đáng được trả lời dựa trên nền tảng của việc nhận thức được ngoại hình, tính cảm cách, khả năng, động cơ, cảm xúc, định hướng giá trị của bản thân mình cũng như mối quan hệ liên nhân cách của bản thân. Tuy nhiên, nói gọn lại thì đó chính là việc xác định cái tôi của cá nhân mình trong mối quan hệ tương tác, cái tôi cá nhân được xác lập do chính mình có thể chủ cũng quan, cũng có thể là khách quan. Việc xác định cái tôi của mình càng chính xác thì việc nhận ra bản thân mình càng chính xác. Việc nhận ra chính mình càng khách quan thì cuộc giao tiếp sẽ dễ dàng đạt đến hiệu quả vì chúng ta đang biết mình.

Khi tìm hiểu về chính mình để trả lời câu hỏi tôi là ai, yêu cầu hết sức quan trọng là bản thân mình phải nghiêm túc với chính mình. Bản thân câu hỏi tôi là ai hết sức phức tạp vì nó trả lời được ùng yêu cầu cơ bản và nền tảng để mở đầu cho cuộc giao tiếp. Hiểu về chính mình trước nhất là hạnh phúc, hiều về chính mình để chọn cho mình một cuộc sống thực sự phù hợp, hiểu về chính mình để có cách cư xử với mình cũng như với người khác nghiêm túc, hợp lý hơn và hiểu về chính mình để điều chỉnh nhằm tìm đến sự tương hợp với nhóm, với sức ép xã hội và để giao tiếp thực sự hiệu quả.

Để trả lời cho việc hiểu về chính mình thì nhất thiết cơ chế tự đánh giá được vận dụng. Tự đánh giá ở đây không chỉ là hiểu về khả năng mà còn nhận ra được những yếu tốt thuộc về bình diện tương tác xã hội. Tự đánh giá là sự tự ý thức, tự nhận thức về các biểu hiện bên ngoài nhưng khả năng, năng lực, phẩm chất nhân cách cảu chính mình. Cơ chế của khả năng, năng lực, phẩm chất nhân cách của chính mình. Cơ chế của tự đánh giá diễn ra theo một quy trình như sau: các nhân ghi nhận thông tin về bản thân (tự quan sát – tiếp nhận thông tin), xác định những biểu tượng về bản thân (nhìn nhận – tiếp nhận thông tin), xác định những biểu tượng về bản thân (nhìn nhận – xác định giá trị), so sánh bản thân với những yếu tốt chuẩn (xử lý thông tin, so sánh với thang giá trị của bản thân). Nền tảng tự đánh giá sẽ cho phép chúng ta vẽ về chân dung của mình một cách cụ thể và chi tiết.

Chân dung tâm lý của bản thân hết sức quan trọng vì nó cho phép mình biết mình ở những góc độ khác nhau. Khi thiết lập chân dung tâm lý bản thân, cần chú ý phải đảm bảo những nội dung sau: Hình thức bên ngoài, Khả năng - Năng lực, Đạo đức - Tính cách, ước mơ - Lý tưởng. Nói khác đi, chân dung tâm lý của cá nhân phải bao hàm những yếu tố thật nhất về chính mình từ hình thức đến nội dung. Cơ sở quan trọng về chân dung tâm lý này sẽ cho phép

chúng ta điều chỉnh những gì cần thiết để định hướng giao tiếp tích cực, những gì chúng ta cần chuẩn bị khi mở đầu cho một mối quan hệ mới, những gì cần thực hiện theo định hướng thay đổi cho một mối quan hệ cũ...

Chân dung tâm lý trong giao tiếp ảnh hưởng quan trọng đến cách thức ứng xử với người khác và với bản thân ta. Lẽ đương nhiên chân dung tâm lý mang màu sắc khái quát dựa trên cơ sở hiểu về chính mình nhưng cũng mang tính thích ứng trong từng tình huống giao tiếp khi nó dựa vào những hoàn cảnh giao tiếp cũng như từng đối tác giao tiếp. Chân dung tâm lý của bản thân có thể thể hiện ở nhiều hình thức khác nhau:

- Hình ảnh cơ thể của bản thân: vóc dáng, ngoại hình, trang phục, nét duyên riêng...

- Cái "tôi" chủ quan: là những suy nghĩ của mình về chính mình và những cái mà mình cho rằng người khác nghĩ về mình trong giao tiếp. Trong giai đoạn gần đây, thuật ngữ cái tôi hiệu quả được sử dụng để minh hoạ về hình ảnh bản thân trong tương tác. "Cái tôi hiệu quả là một thuật ngữ của tâm lý học, được định nghĩa là niềm tin của một người nào đó có khả năng thực hiện theo một cách thức nhất định để đạt được mục tiêu nhất định".

- Cái tôi lý tưởng: là cái tôi mà chúng ta mong muốn đạt được hay trở thành với những giá trị kèm theo.

- Hình ảnh tâm lý theo định hướng của các vị trí, vai trò và nhiệm vụ xã hội đang đảm nhận...

Chân dung tâm lý hay hình ảnh bản thân trở thành cứ liệu quan trọng trong giao tiếp. Khi bản thân xây dựng được hình ảnh của chính mình nghĩa là sự giao tiếp đã dựa trên một khung nền hết sức vững chãi. Những lời nói, hành vi và cử chỉ sẽ tồn tại theo hướng hình ảnh chúng ta nhận thức về mình để hướng đến mục tiêu chung xác lập. Việc xây dựng chân dung tâm lý của mình còn dựa trên nền tảng là chúng ta hình dung của mình trong con mắt của người khác. Cơ sở này có thể mang tính phổ quát chung nhưng cũng có thể mang tính độc đáo và riêng biệt ở từng phần. Nền tảng ấy sẽ thôi thúc chúng ta thích ứng và linh hoạt một cách đặc biệt trong giao tiếp để có thể làm cho hình ảnh của mình được tôn tạo theo hướng đẹp hơn, vững bền hơn. Tuy nhiên, cũng có thể bản thân sẽ tích cực điều chỉnh chính mình, tái xây dựng hình ảnh của mình để người khác sẽ có quá trình điều chỉnh về định hình khuôn mẫu hình của chúng ta nhằm thúc đẩy cuộc giao tiếp thêm thuận lợi.

Nói tóm lại, hiểu chính mình thực sự làm cho cuộc giao tiếp bớt chủ quan cùng như có cơ hội tương tác tích cực. Việc xây dựng hình ảnh hay chân dung tâm lý được xem là "bản lề" để thúc đẩy hành vi giao tiếp và những yếu tố khác có liên quan đến cuộc giao tiếp diễn ra theo một chiều thuận lợi nhất nhằm đạt được hiệu quả giao tiếp.

Cửa sổ Johari

Các công trình nghiên cứu của Joseph Luft và Harrington Ingram đã đề cấp đến việc hiểu về chính mình và hiểu về người khác. Sự tương tác giữa việc hiểu về chính mình và hiểu về người khác sẽ tạo ra sự thích ứng giao tiếp hay không. Dựa trên nền tảng của mối quan hệ này, khái niệm cửa sổ Johari được xác lập. [4]

Trước khi giao tiếp cùng nhau, con người chưa biết gì về nhau. Khi bắt đầu giao tiếp một cách chính thức, con người cần hiểu về chính mình và hiểu về người khác. Không dừng lại ở đó, con người cần hiểu về mối quan hệ giữa hai người hay hai phía nên diễn ra như thế nào hay thực hiện như thế nào. Khi con người thiết lập mối quan hệ giao tiếp với người khác, họ hy vọng rằng cuối cùng mọi người sẽ tin tưởng tạo ra sự hiểu biết đích thực về nhau. Nếu giao tiếp được hiểu là sự trao đổi thông tin về những quan điểm, ý kiến và cảm xúc cũng như cái tôi của chính mình thì việc hiểu mình và hiểu người sẽ tạo ra những sự tương thích tuyệt diệu trong giao tiếp.

Theo dòng chảy của giao tiếp, có những thông tin cá nhân chúng ta sẽ dần dần bộc lộ, có những thông tin ta cũng cần che giấu. Điều này phụ thuộc vào quan niệm của mỗi người. Có những người muốn cuộc giao tiếp thực sự thoải mái nên việc bộc lộ chính mình không có gì la thách thức với họ. Nhưng cũng không phải không có người hoàn toàn không thích bộc lộ chính mình, họ kiềm giữ những gì thuộc về cá nhân như những bí mật. Lẽ đương nhiên, điều giản đơn nhận thấy là khi giao tiếp với một người quá bí ẩn hay chúng ta biết quá ít thông tin về họ thậm chí là mù mờ về họ thì làm sao có thể giao tiếp thoải mái và de dàng. Ngược lại, cũng không thể lúc nào ta cũng hiểu đúng về họ ngay cả khi họ bộc lộ. Việc người khác có những đặc điểm ấy hay không, không chỉ ở nội tại là người ấy như thế nào mà còn ở điểm người ấy như thế nào thông qua cái nhìn của chúng ta. Có những điều người khác dễ dàng nhận ra ở người ấy, nhưng cũng có những điều bản thân chúng ta chưa hiểu về người ấy một cách đúng đắn hay đầy đủ lại tiếp tục tạc ra những rào cản mới không dễ xoá nhoà. Trong cung bậc giao tiếp và tương tác đa chiều, cũng không thể không để tâm đến những phát hiện thú vị của ta về người khác, nhưng chính bản thân người khác cũng không tự nhận biết mình. Điều này cũng dễ dẫn đến những tương tác rất phức tạp vì sự đồng điệu không diễn ra. Những mối quan hệ phức tạp và đan xen giữa việc mình hiểu về mình và người khác hiếu về mình tạt ra các tầng bậc hay các ô cửa trong cửa sổ Johari.

Có thể phân tích khái quát từng khu vực trên như sau:

Khu vực 1: hay khu vực tự do - khu vực mở - khu vực chung:

Khu vực này tương ứng với những gì chúng ta hiểu biết về bản thân mình và người khác cũng biết về mình. Đây là khu vực dễ dàng giao tiếp khi chân dung tâm lý của chính mình do mình nhận thức được và xây dựng có thể trùng với chân dung trong mắt của người khác về mình. Điều này sẽ tạo nên những hiệu ứng đặc biệt khi nguyên tắc cởi mở được khai thác một cách tối đa. Cởi mở hiểu một cách đơn giản đi là việc chia sẻ những suy nghĩ, tâm tư, tình cảm, nguyện vọng và những hiểu biết của mình đối với đối tượng giao tiếp. Khi giao tiếp, chúng ta chủ động vén màn bí mật của đời sống nội tâm mình thì dễ dàng làm người khác hiểu được chúng ta. Lúc ấy, bản thân cũng có cảm giác thoải mái và hạnh phúc. Nguyên tắc giao tiếp hiện đại cho thấy việc cởi mở chính mình sẽ là cầu nối để người khác cũng cởi mở về chính họ. Dựa trên nguyên tắc cởi mở từ hai phía, sự giao tiếp thẳng thắn và hiệu quả sẽ dễ dàng diễn ra. Sự hiểu biết càng nhiều, con người dễ dàng xích lại gần nhau và cuộc giao tiếp sẽ được phát triển.

+ Khu vực 2 hay khu vực mù tương ứng với những gì người khác biết về chúng ta còn bản thân có thể chưa biết về mình có những đặc điểm đó hay không. Sự tương tác này tạo ra ô mù vì chúng ta có thể dễ dàng chủ quan về mình, chủ quan trong tình huống giao tiếp. Thực tế cho thấy con người vẫn có thể sơ sót trong việc tìm hiểu mình hoặc bị hạn chế bởi một số điều kiện và rào cản nào đó cho nên việc tìm hiểu về mình không diễn ra như mong đợi. Có một vài đặc điểm tâm lý đang tồn tại nhưng ta lại không nghĩ rằng chính nó tồn tại ở mình trong khi người khác lại nhận ra làm cho cuộc giao tiếp có thể bị rơi vào khoảng không của yếu tố mù.

+ Khu vực 3 hay khu vực bí mật. Đó là khu vực cất giấu những bí ẩn hay những bí mật, mà chính chúng ta đã biết rất rõ về chúng nhưng người khác không biết được hay chưa thể biết được. Nhu cầu che giấu hay nhu cầu tạo dựng sự bí ẩn ở bản thân quá lớn làm cho ta trở nên rất thận trọng". Ô riêng này là ô mà chỉ ta mới rõ về nó, chúng ta chiếm ngự nó và biến nó trở thành tài sản riêng của mình. Trong cuộc giao tiếp, ô riêng này càng lớn thì giao tiếp càng khó khăn. Sẽ là chủ quan nếu như chính chúng ta muốn khư khư ôm giữ ô riêng này và không muốn cho người khác xâm phạm trong khi ô riêng lại cũng là "tài sản" của cuộc giao tiếp tương tác. Một lần nữa, sự cởi mở trong giao tiếp lại trở thành yêu cầu khá quan trọng và cơ bản.

+ Khu vực 4 hay khu vực không nhận biết được tương ứng với những gì mà chính chúng ta cũng không biết về mình và người khác cũng không thể biết được. Khu vực này là "vùng hoang" trong giao tiếp vì sự cảm tính được khai thác một cách tối đa khi những phán đoán về diễn tiến hay những thông tin trong giao tiếp đều vô hình và thật khó có thể xác định.

Sơ đồ 3: Sơ đồ về cửa sổ Joharri trong giao tiếp

Các khu vực trên trong giao tiếp rộng hay hẹp tuỳ theo mối quan hệ giữa hai chủ thể, hai nhóm hay giữa cá nhân và nhóm hoặc giữa nhóm và nhóm. Việc cởi mở hết lòng và sự tôn trọng nhau cũng như niềm tin sẽ làm cho các ô giao tiếp trên thay đổi một cách đặc biệt. Nếu muốn cuộc giao tiếp hiệu quả, con người càng nên nới rộng ô chung ra để cả hai đều hiểu biết về nhau và càng dễ dàng giao tiếp một cách thẳng thắn và có đích đến. Ô mở cũng có thể mở rộng nếu ô riêng được thu hẹ lại khi chúng ta cố gắng bộc lộ thêm những gì về mình để người khá hiểu hơn. Mặt khác, với ô mù cũng thế, việc lắng nghe những phản ứng từ phía người khác về mình cũng rất quan trọng vì giữa những gì mình nghĩ là mình không có với những gì người khác nhận thấy ở mình có mâu thuẫn với nhau. Ở đây, lý do sẽ dễ dàng nhận thấy: một là chúng ta bộc lộ sai về mình, hai là người khác hiểu sai về mình và ba là chí chúng ta chủ quan khi nhìn nhận về mình. Nếu lắng nghe những phản hồi từ phía người khác để rồi có sự thừa nhận và ô mù ấy được thu hẹp lại thì cuộc giao tiếp cũng dần hiệu quả hơn.

Tóm lại, khu vực mở hay khu vực tự do càng được nới rộng trong cửa sổ Johari khi xây dựng quan hệ giao tiếp thì cơ hội thành công trong giao tiếp sẽ càng cao. Điều này phụ thuộc nhiều vào sự thắng thắn, cởi mở, phản hồi và niềm tin từ hai phía. Những kỹ thuật giao tiếp hiện đại cho thấy để thành công trong giao tiếp thì sự hết lòng với nhau sẽ dẫn đến sự thoải mái và tin tưởng nhau. Làm được điều này chỉ khi ta mạnh :ạn bộc lộ về mình, người khác lắng nghe, tôn trọng và phản hồi tích cực. Khi nhận được phản hồi, người nghe cần nghiêm túc nhận định và trân trọng thay vì bảo thủ hay phủ nhận sạch trơn. Giải quyết được yêu cầu này nghĩa là giải quyết được sự tương tác tích cực hay giải quyết được mối quan hệ hai chiều công bằng và tôn trọng trong giao tiếp.

3.1.2. Ấn tượng ban đầu trong giao tiếp

Ấn tượng ban đầu trong giao tiếp là hình ảnh về đối tượng giao tiếp được hình thành trong thời gian đầu của cuộc gặp gỡ hoặc lần gặp gỡ đầu tiên.

Ấn tượng đầu tiên còn được hiểu là những nhận xét đầu tiên của chúng ta về đối tượng khi mới gặp gỡ hoặc trong một thời gian ngắn tiếp xúc. Ấn tượng đầu tiên bao gồm: thành phần cảm tính với những phán đoán về đặc điểm bên ngoài của đối tượng, thành phần lý tính với những phán đoán nhanh chóng về tính cách, khả năng... thông qua một vài dấu hiệu nhất định được tư duy "hoạt hoá" và thành phần cảm xúc với những rung cảm trực tiếp nảy sinh một cách trực khởi bằng sự tương tác ban đầu. Với các thành phần trên của ấn tượng ban đầu thì cảm xúc là yếu tố ảnh hưởng mạnh mẽ đến độ bền vừng của ấn tượng ban đầu. Khi cảm xúc càng mạnh mẽ thì ấn tượng ban đầu càng trở nên bền vững và khó phai mờ.

Ấn tượng ban đầu có ý nghĩa rất quan trọng trong quá trình giao tiếp. Nếu ấn tượng đầu tiên tốt, cuộc giao tiếp có thể xuôi chèo mát mái. Nhưng ấn tượng ban đầu về một con người nào đó xấu, cuộc giao tiếp rât khó diễn ra hiệu quả vì chúng ta bị những rào cản tâm lý, những chính chắn tâm hồn khó có thế dung hoà. Đó là chưa kể chỉ vì ấn tượng từ đâu không tốt, nhu cầu cởi mở sẽ bị hạn chế từ hai phía, việc phòng thủ sẽ xuất hiện như một phản ứng tâm lý tất nhiên. Mặt khác, những lời nói, cử chỉ có thể nảy sinh làm cho mối quan hệ có nguy cơ căng thẳng và phức tạp.

Ấn tượng ban đầu không chỉ phụ thuộc từ một phía mà nó hình thành dựa trên sự tương tác từ hai phía cũng như những biến đổi trở lại ở mỗi chủ thể giao tiếp. Trước hết, ấn tượng ban đầu phụ thuộc vào cách xuất hiện và cách thể hiện của người giao tiếp. Sự xuất hiện ban đầu với trang phục, diện mạo, thần thái, cách đi đứng, cách mở đầu câu chuyện... đều đem lại những cảm xúc những tín hiệu đầu tiên về nhận thức. Đó là chưa kể những lời nói, những hành vi ứng xử ban đầu và cả những yếu tố về con người được bộc lộ thông qua trang sức, trang điểm, cử chỉ xã giao có thể là những cơ sở quan trọng để ấn tượng ban đầu xuất hiện.

Tuy nhiên, ấn tượng ban đầu còn được hình thành dựa trên những yếu tố nội tại trong tâm lý của người đang giao tiếp để có ấn tượng ban đầu về người khác. Những yếu tố có thể đề cập ở đây là tâm trạng của chúng ta trong giai đoạn giao tiếp trực tiếp với đối tượng, nhu cầu và sở thích cũng như thị hiếu có thể ảnh hường định hình đến những rung cảm ban đầu theo nguyên lý của sự “hợp nhãn”, tâm thế và những yếu tố con người hình dung về đối tượng giao tiếp và hoàn cảnh giao tiếp...

Ấn tượng ban đầu không dễ dàng chính xác nhưng có thể nói rằng ấn tượng đầu tiên dễ dàng hình thành trong thời gian đầu tiên tiếp xúc. Những giây phút đầu tiên của cuộc tiếp xúc, những gì chúng ta nghe thấy, nhìn thấy và cảm thấy là những dữ liệu quan trọng để hình thành ấn tượng đầu tiên. Nhiệm vụ của người giao tiếp, cần chuẩn bị đầy đủ những yếu tố tác động vào hệ thống cảm quan của người khác đe hình thành ấn tượng đầu tiên thật tốt. Người còn lại trong giao tiếp cũng cần chú ý đừng quá lệ thuộc vào ấn tượng đầu tiên hay đừng “áp chế” chính mình bằng sự đánh giá chủ quan thông qua ấn tượng đầu tiên. Giải quyết được vấn đề ấy, việc giao tiếp sẽ trở nên thuận lợi và đạt được hiệu quả như mong đợi.

3.2. Các yếu tố tương tác nhóm

3.2.1. Lây lan cảm xúc

Sự lây lan cảm xúc là một quy luật cơ bản của tình cảm. Như đã phân tích ở trên, sự ảnh hưởng của tình cảm không nhỏ trong quá trình giao tiếp và xét trong mối tương tác nhóm khi giao tiếp thì sự ảnh hưởng của quy luật lây lan cảm xúc thể hiện rất rõ nét. Trong một số

trường hợp giao tiếp, sự lây lan cảm xúc có thể làm cho cả hai chủ thể giao tiếp có sự tương đồng cảm xúc theo hướng lây lan tích cực, nhưng cũng không loại trừ trường hợp lây lan "lửa" làm cho cuộc giao tiếp bị phá vỡ. Trên bình diện tương tác nhóm, sự lây lan xúc cảm có thể làm hai nhóm giao tiếp khó có thể giải quyết vấn đề nếu sự lây lan cảm xúc bị "đẩy" lên đến những cảm xúc vượt khung.

Những nghiên cứu cho thấy trong một tổ chức hay trong một nhóm giao tiếp, tâm trạng và cảm xúc của một thành viên này có thể lây lan sang những thành viên khác và hiện tượng vui lây, buồn lây, uể oải hay mệt mỏi và chán nản cũng có thể lây lan. Hiện tượng giao tiếp trễ nải hay thiếu tính tích cực trong một tổ chức là một minh chứng rất cụ thể. Sự lây lan này làm cho giao tiếp cũng bị ảnh hưởng theo một "cảm xúc định hình" hay "quầng" cảm xúc định dạng. Xét trên bình diện giao tiếp, tâm trạng có thể làm cho cuộc giao tiếp dễ trở nên thuận lợi hoặc khó khăn. Mọi thứ cần được giải quyết theo định hướng chúng ta là "bộ phận giao tiếp mà không hẳn là chiếc lọ giản đơn để quá trình giao tiếp khách quan."

3.2.2. Ám thị

Hiểu một cách đơn giản ám thị là hiện tượng bị tác động một cách mạnh mẽ từ những sức mạnh nào đó trong cuộc sống mà ta có cơ hội gặp gỡ, tiếp nhận. Nói cách khác, ám thị là dùng lời nói, việc làm, cử chỉ đồ vật tác động vào một người hay một nhóm người, làm cho họ tiếp nhận thông tin thiếu sự kiểm tra, phê phán. Dưới góc độ Tâm lý học thì ám thị là sự tác động tâm lý từ một uy quyền hợp pháp đến cá nhân hoặc nhóm người làm cho họ tiếp nhận thông tin và hành động một cách vô điều kiện, không phê phán. Ám thị xảy ra khi có giao tiếp trực tiếp giữa người với người". [3]

Ở một góc nhìn khác từ phía chủ thể ám thị, ám thị là quá trình tác động một cách trực tiếp hoặc gián tiếp lên tâm lý con người nhằm mục đích điều khiển họ thực hiện những yêu cầu nhất định. Trong trạng thái ám thị, năng lực ý thức và tính phê phán của người bị ám thị đối với nội dung bị ám thị giảm đi một cách rõ rệt. Những nội dung này được cá nhân lĩnh hội một cách tự động mà dường như yếu tố nhận thức - tư duy không còn sức mạnh hay không còn tham gia một cách cụ thể và trực tiếp.

Trong cơ chế của sự ám thị có hai yếu tố cần được phân tích một cách rạch ròi, có những chủ thể luôn chủ động thực hiện quá trình ám cua mình với người khác. Tuy nhiên, cũng có những chủ thể không chủ động thực hiện sự ám thị của mình nhưng vì cái "bóng" của họ quá lớn, sức mạnh về hình ảnh của họ quá mạnh, sự ảnh hưởng của họ quá cao trên phương diện năng lực xét trên những thành tựu cụ thể và sự đa nhân tâm về mặt ứng xử làm cho những cá nhân khác bị ám thị.

Tóm lại, ám thị là một biểu hiện cơ bản của sự tương tác trong giao tiếp. Cái uy của người giao tiếp có thể làm cho người khác quên kiểm tra thông tin giao tiếp, mất cả cơ hội phản hồi. Mức độ bị ám thị ở mỗi người khác nhau và khả năng ám thị người khác cũng không thể tương đương. Con người càng có uy tín trong giao tiếp, càng dễ ám thị người khác, người đang có tâm trạng hoang mang, lo lắng, yếu đuối, bất an về tâm lý, càng dễ bị người khác ám thị. Vấn đề là trong giao tiếp cần nhận ra bản thân mình, hiểu được vị thế của mình để khai thác sao cho thật sự phù hợp.

3.2.3. Áp lực nhóm

Trong giao tiếp, áp lực nhóm là một vấn đề cũng thể hiện sự chi phối của mình rất đặc biệt. Áp lực nhóm là thuật ngữ dùng để mô tả tha đối về suy nghĩ, thái độ của một cá nhân dưới ảnh hưởng của nhóm, sự thay đổi tâm lý của cá nhân dưới tác động của áp lực nhóm còn có thể được gọi là hiện tượng adua.

Sức mạnh của áp lực nhóm thể hiện rõ trong tình huống khi một cá nhân hay một vài người có ý kiến trái chiều hay ngược lại với đa số. Áp lực nhóm sẽ thể hiện sức mạnh áp lên cá nhân hay nhóm ấy theo hướng phải chấp nhận để thay đổi. Dưới áp lực này, người ta có xu hướng thay đổi ý kiến của mình và chấp nhận ý kiến của đa số.

Trong giao tiếp, áp lực nhóm thường thể hiện rõ khi những nhận định và đánh giá của cá nhân về vấn đề giao tiếp hay một chủ thể gi tiếp này khác với cả nhóm. Cũng có thể ở những tình huống giao tiế cách thể hiện hoặc cách ứng xử của chúng ta không hoàn toàn là hợp lý. Tuy nhiên, thông qua lăng kính chủ quan thì áp lực nhóm lại kết luận hay đánh giá khác với sự đánh giá của ta. Trên cơ sở đó, áp lực nhóm đòi hỏi chúng ta phải điều chỉnh cuộc giao tiếp, thực hiện chu hành vi giao tiếp mới theo định hướng và sự mong đợi của nhóm. Lúc bấy giờ, dưới áp lực nhóm trong giao tiếp, sự phản ứng sẽ có thể trở nên rất yếu ớt vì sức mạnh nội tại không đủ lớn. Cũng không phải không trường hợp, chủ thể giao tiếp vẫn vùng vẫy trước áp lực nhóm nhưng không khéo léo thì sự tẩy chay sẽ có thể xuất hiện trong giao tiếp nhóm hay giao tiếp tổ chức.

Phân tích sâu về hiện tương adua trong áp lực nhóm, có thể đề cập lên các loại sau:

* Adua hình thức

Là hình thức bên ngoài cá nhân tỏ vẻ chấp nhận ý kiến của nhóm nhưng bên trong thực chất là không đồng tình, không tán thành thậm chí là chống đối.

* Adua bên trong

Là hình thức cá nhân chấp nhận một cách hoàn toàn áp lực của nhóm. Nói khác đi, cá nhân hoàn toàn bị ý kiến của đa số thu phục. [21,3]

Tuy nhiên, áp lực nhóm phụ thuộc vào một số yếu tố cơ bản như sau đặc điểm tâm lý của cá nhân đang chịu áp lực nhóm như bản lĩnh sự độc lập ra sao, ý chí như thế nào, đặc điểm về nhận thức, kinh nghiệm, khả năng nhận thức... Kế đến là đặc điểm của nhóm thể hiện qua quy mô của nhóm lớn hay nhỏ, sự gắn kết giữa các thành viên trong nhóm, mức độ thống nhất trong nhóm, sức mạnh văn hoá của nhóm, những nội quy "chìm" hay "nổi" trong nhóm... Ngoài ra, yếu tố hoàn toàn giao tiếp xảy ra cũng như sự gắn bó giữa cá nhân đang bị áp lực nhóm với nhóm thông qua vị trí hiện tại của cá nhân, mối quan hệ xã hội và mối quan hệ thân tình của cá nhân với nhóm, mức độ phụ thuộc cá nhân với nhóm cũng như mối quan hệ phụ thuộc hai chiều giữa cá nhân với nhóm như thế nào... đều ảnh hưởng đến sức mạnh đích thực của áp lực nhóm khi chi phối cá nhân trong giao tiếp.

3.2.4. Bắt chước

Bắt chước hiểu theo nghĩa đơn giản là hành động làm theo một cái gì đó như là một khuôn mẫu, một tấm gương; đó chính là sự mô phỏng hành vi, một lời nói hay một sắc thái cảm xúc. Cũng có thể nhận thấy cách bắt chước là sự lặp lại hành vi, cách cư xử, cử chỉ, điệu bộ và cả cách suy nghĩ và cách thể hiện của người khác. Trong giao tiếp, sự bắt chước diễn ra khi chính bản thân chúng ta yêu thích một người nào đó, hoặc chiếc bóng của người ấy phủ mờ chúng ta và sự tình nguyện hay bắt chước thụ động có thể diễn ra.

Bắt chước là sự phản ánh tồn tại xã hội, các quan hệ xã hội dưới hình thức hành vi, hoạt động mang tính lặp lại những hành vi, hoạt động của cá nhân hay của một nhóm xã hội nào đó. Thông thường trong cơ chế của sự bắt chước, ta thấy rõ có hai nhóm đối tượng cần chú ý. Nhóm thứ nhất chính là những cá nhân được xem như những mẫu hình lý tưởng, những tấm gương sáng hay những con người nối bật được quan tâm, ủng hộ hay kính nể. Nhóm khách thể thứ hai là những người xem nhóm đối tượng thứ nhất như là những hình ảnh mẫu mực hay nổi bật mà mình muốn noi theo. Trong lòng của nhóm đối tượng thứ hai thì nhóm đối tượng thứ nhất hết sức được tôn trọng hay tôn kính. Mặt khác, cũng có thể hiểu rằng trong cơ chế của sự bắt chước, có những yếu tố cụ thể trong những biểu hiện về mặt tâm lý của những cá nhân thuộc nhóm khách thể thứ nhất như: lời nói, hành vi, cử chỉ, sự ứng xử, ý chí, niềm tin, nghị lực, lối tư duy... trở thành điểm sáng để nhóm khách thể thứ hai làm theo, noi theo, bắt chước.

Bắt chước là hiện tượng tâm lý trong giao tiếp vừa mang tính chủ quan, vừa mang tính khách quan vì có đôi lúc sự bắt chước không phụ thuộc vào ý muốn chủ quan nhưng đôi lúc rất phụ thuộc vào ý muốn chủ quan của cá nhân. Bắt chước có thể là việc hành động theo một chuẩn mực hay một cá nhân nào đó mà mình yêu quý, quan tâm hay thậm chí là ngưỡng mộ.

Tuy nhiên, trong những trường hợp khác, bắt chước có thể là hành động làm theo một diễn tiến tâm lý của cả nhóm, của một tập hợp người đã có những mục đích - nhiệm vụ và quy tắc cụ thể. Những trường hợp như thế, đôi khi cá nhân vẫn chưa nhận thức được một cách đầy đủ và đúng đắn những hình ảnh hay những chuẩn mực nhưng vẫn tuân thủ theo hướng bắt chước.

Theo diễn tiến tâm lý của cá nhân trong giao tiếp, bắt chước là quá trình phản ánh trực tiếp và làm theo những chuẩn mẫu phù hợp với cá nhân hay một nhóm người vào hành vi, suy nghĩ, tình cảm trên bình diện giao tiếp. Lẽ đương nhiên, sự bắt chước sẽ diễn ra mạnh mẽ và hiệu quả khi chính bản thân chủ thể nhận ra và yêu thích hay thực sự có nhu cầu làm theo - làm giống với một con người nào đó hay những chuẩn mực nào đó của một cá nhân - một nhóm. Sự bắt chước ở đây chỉ diễn ra khi chủ thể nhận thức được những gì cần bắt chước - hiểu được một cách tương đối những gì cần bắt chước. Không phải cá nhân hay "bóng dáng" của những chuẩn mực đều trở thành yếu tố mà người bắt chước. Thông thường những người có tuổi, những người khả năng và có kinh nghiệm vượt trội, những người có trình độ nhận thức - tâm lý nổi bật, những người vượt trên người khác trong cách thể hiện, những người thành thạo ở một lĩnh vực nào đó sẽ có sức ảnh hưởng đặc biệt để người khác bắt chước. Đó chính là yếu tố thuyết phục người khác bắt chước mình khi năng lực, đạo đức, tâm tính - lối ứng xử và nhiều yếu tố có liên quan đến cách thể hiện, cách giao tiếp trở nên có ảnh hưởng đáng kể.

Cơ chế của sự bắt chước ở đây còn được đề cập khá rõ ở phương diện làm theo những gì mà chính bản thân chúng ta nhận thấy rằng nó đúng đắn hay phù hợp. Tuy vậy, ở một góc độ khác, cơ chế của sự bắt chước còn chi phối thêm ở một điểm hết sức quan trọng, đó là khi những hành vi hay sự ứng xử của con người mới chớm nở có thể là do sự tiếp nhận kinh nghiệm mới hoặc là sự lớn lên của cơ thể - tinh thần cho con người bắt chước những chuẩn mực mà mình dần nhận ra hoặc nhận thức sâu sắc để điều chỉnh. Ở trường hợp này, sự điều chỉnh vai trò hết sức quan trọng vì nó "đẩy" con người đến một kiểu ứng xử tương thích hay phù hợp.

Trong khi phân tích về sự bắt chước, không thể không đề cập đến các mức độ hay cấp độ của sự bắt chước. Thông thường, khi nghe đến bắt chước, nhiều người nghĩ ngay đến những ấn tượng xấu của sự sao chép hay sự copy một cách vô tội vạ. Tuy nhiên, cũng có thể thấy rằng bắt chước của con người có thể ở giai đoạn đầu khi con người thiếu kinh nghiệm là sự bắt chước mù quáng nhưng dần dần nó sẽ chuyển thành bắt chước có ý thức, có sự sàng lọc hay thậm chí là sự định hướng một cách có ý thức. Ở một góc độ nào đó như đã nói, bắt chước là biểu hiện thích ứng hay biểu hiện của cơ chế thích nghi khi chính mình định tự để

làm theo chuẩn mực, chính mình điều chỉnh mình để có thể một cách thoải mái và hiệu quả. Khi những giá trị hay những mục đã trở thành điểm đến thì hành vi bắt chước lại trở thành hợp lý mang màu sắc của tình cảm và tâm lý. Bắt chước có vài đặc biệt đối với việc tiếp thu những kinh nghiệm xã hội. Bắt chước như tồn tại ở tất cả các lứa tuổi khác nhau. Cơ chế tâm lý bắt chước ở các lứa tuổi là khác nhau cũng như sự bắt chước ấy sẽ thay đổi ở nội dung của sự bắt chước: đó là bắt chước cách thức suy nghĩ, bắt chước cách ứng xử hay cũng có thể là bắt chước cách hành động giao tiếp của người khác.

Tóm lại, trên bình diện giao tiếp, bắt chước là một hành động được diễn ra như phản ứng phổ biến khi những "chuẩn" giao tiếp do chính mình xác lập đã hình thành. Bắt chước trong giao tiếp còn có thể được nhìn nhận ở những phản ứng đáp lại hành động có sức hấp dẫn. Không thể trách cứ hành động bắt chước nhưng chắc chắn rằng theo thời gian, bản sắc giao tiếp cần được tạo lập hơn là những biểu hiện tương tự hoặc mô phỏng thiếu tính đặc trưng trên bình diện giao tiếp.

3.2.5. Bầu không khí tâm lý

Trong giao tiếp nhóm và giao tiếp xã hội, bầu không khí tâm lý trở thành yếu tố ảnh hưởng đặc biệt đối với giao tiếp của con người cũns như giao tiếp trong tổ chức. Bầu không khí tâm lý xã hội là phương diện về chất của những mối quan hệ liên nhân cách, xuất hiện trong sụ tổng hoà các điều kiện tâm lý - những điều kiện thúc đây hoặc cản tro hiệu quả của hoạt động chung và sự phát triển toàn diện của nhân cách trong nhóm.

Phân tích về bầu không khí tâm lý trong nhóm, dễ nhận ra rằm chính các yếu tố như sự đồng cảm, lòng tin, mức độ thoả mãn hai không thoả mãn những nhu cầu của đối tượng giao tiếp có tác động mạnh đến giao tiếp liên nhân cách. Sự kết hợp giữa các yếu tố này tạo nên bầu không khí tâm lý diễn ra trong quá trình giao tiếp. Ở đây, các nhân cách có mối quan hệ với nhau theo tiến trình của quan hệ đến nhân cách thì một "môi trường" tâm lý trong giao tiếp sẽ xuất hiện vi nó được gọi là bầu không khí tâm lý.

Bầu không khí tâm lý ảnh hưởng đặc biệt đến quá trình giao tiếp của cá nhân vì nó có sức chi phối mạnh mẽ đến cách nhìn nhận và đánh giá ảnh hưởng đến thái độ tích cực hay tiêu cực khi giao tiếp cũng như ảnh hưởng nổi trội đến những thói quen trong quá trình con người tương tác với những cá nhân khác hay nhóm khác. Bầu không khí tâm lý đem những hiệu ứng tích cực khi cá nhân được tôn trọng trong giao tiếp, cả các thành viên đều cởi mở và thể hiện hết mình. Điều đó tạo ra hành lang tâm lý an toàn cũng như tạo ra những nguồn lực động viên giao tiếp tích cực diễn ra.

Để có thể có một bầu không khí tâm lý xã hội tích cực, có thể quan tâm đến những dấu hiệu cơ bản sau:

- Sự tín nhiệm và tính đòi hỏi cao của các thành viên trong tập thể với nhau;
- Sự phê bình có thiện chí và thiết thực của các thành viên;
- Các cá nhân tự do phát biểu ý kiến về những vấn đề liên quan đến tập thể;
- Không có áp lực của người lãnh đạo với những người bị lãnh đạo
- Thừa nhận các quyền của họ trong việc tiếp nhận các quyết định quan trọng đối với nhóm;
- Các thành viên trong tập thể được cung cấp đầy đủ thông tin về nhiệm vụ và tình hình công việc của họ;
- Các thành viên hài lòng vì họ đã thuộc về tập thể;
- Có mức độ cao về cảm xúc và giúp đỡ lẫn nhau trong tập thể;
- Mỗi người tự nhận thấy bản thân phải có trách nhiệm cao đối với công việc của các thành viên khác trong tập thể.

Bầu không khí tâm lý trong giao tiếp ảnh hưởng đến việc giao tiếp vì chính nó là mồi nhử quan trọng hay có thể trở thành rào cản để làm cho diễn tiến giao tiếp bị ngừng trệ. Muốn tạo ra bầu không khí tâm lý thuận lợi trong giao tiếp, con người cũng cần tạo lập niềm tin, đồng cảm và khéo léo giải quyết những mâu thuẫn từ sớm để tránh những mâu thuẫn kéo dài, những xung đột đặc biệt là những bức xúc ngầm hay những xung đột ẩn. Để có thể sử dụng bầu không khí tâm lý hiệu quả,

Điều kiện tốt cho cuộc giao tiếp, vai trò của nhà quản lý hết sức quan trọng. Nhà quản lý cần thực hiện các nhiệm vụ hay các bước sau: nhận ra bản chất của một tổ chức, sử dụng một cách hợp lý hệ thống tổ chức thể hiện vai trò mẫu mực của chính mình trong giao tiếp.

4. Giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ

Phương tiện trong giao tiếp thường được chia thành hai nhóm là phương tiện ngôn ngữ và phương tiện phi ngôn ngữ. Tương ứng với từng phương tiện thì có giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ. Có thể phân tích một cách khái quát từng yếu tố như sau:

4.1. Giao tiếp ngôn ngữ

Ngôn ngữ là hệ thống ký hiệu (âm thanh hoặc chữ viết) dưới dạn từ ngữ chứa đựng ý nghĩa nhất định (tượng trưng cho sự vật, hiện tượn cũng như thuộc tính và các mối quan hệ của chúng) được con người qu ước và sử dụng trong quá trình giao tiếp. Hay nói cách khác, ngôn n là hệ thống tín hiệu dùng để tư duy và giao tiếp xã hội. Ngôn ngữ là q trình mỗi cá nhân sử dụng một thứ tiếng nào đó để giao tiếp với nha Ngôn ngữ đặc trưng cho từng người. Sự

khác biệt của cá nhân về ngôn ngữ được thể hiện ở cách phát âm, sử dụng cấu trúc của câu, sự lựa chọn và sử dụng từ ngữ.

Đề cập đến giao tiếp ngôn ngữ cũng như việc sử dụng ngôn n trong giao tiếp, có thể quan tâm đến một số phân tích sau:

Trên bình diện yếu tố đặc điểm của ngôn ngữ cũng như chức năng của ngôn ngữ, có thể phân chia thành ngôn ngữ bên ngoài và ngôn ngữ bên trong. Nếu ngôn ngữ bên ngoài là ngôn ngữ hướng vào người khác và được dùng để truyền đạt và tiếp thu tư tưởng thì ngôn ngữ nên trong là loại ngôn ngữ cho mình, hướng vào mình, giúp bản thân suy nghĩ, điều chỉnh, tự giáo dục. Ngôn ngữ bên trong không phát ra âm thanh bao giờ cũng được rút gọn và cơ động cũng như tồn tại dưới cảm giác vận động và do cơ chế đặc biệt chi phối thì ngôn ngữ bên ngoài dễ dà nhận thấy vì nó có âm thanh, ngữ điệu. Dưới góc nhìn của giao tiếp tương tác, ngôn ngữ bên ngoài là yếu tố cần được phân tích chi tiết.

Có thể chia ngôn ngữ bên ngoài thành ngôn ngữ nói và ngôn n viết. Ngôn ngữ nói là ngôn ngữ hướng vào người khác, được biểu hiện bằng âm thanh và được tiếp thu bằng thính giác. Ngôn ngữ viết là ngôn ngữ hướng vào người khác được biểu hiện bằng kí hiệu chữ viết được tiếp thu bằng cơ quan phân tích thị giác. Ngôn ngữ viết cho con người tiếp xúc với nhau một cách gián tiếp trong những khoản không gian và thời gian rộng lớn.

Phân tích chi tiết về ngôn ngữ nói, có thể nhận thấy nó bao gồm hai loại sau: ngôn ngữ độc thoại và ngôn ngữ đối thoại. Ngôn ngữ độc thoại là ngôn ngữ mà một người nói và nhiều người nghe. Đó là kiểu ngôn ngữ nói liên tục mang tính chất một chiều, ít hoặc không có sự phản ứng trực tiếp ngược lại một cách rõ ràng. Ngôn ngữ đối thoại là hình thức ngôn ngữ mang tính chất trao đổi chủ động giữa hai người hay một nhóm người với nhau. Ngôn ngữ đối thoại thường mang tính chất tình huống - rút gọn, ít có tính chủ định và thường bị động cũng như cấu trúc của nó thường không quá chặt chẽ vì nó tuân thủ theo tình huống và phụ thuộc vào cả hai phía. Ngôn ngữ đối thoại mang tính chất tương tác rất mạnh mẽ và sâu sắc vì cả hai phía phải hết lòng và chủ động tối đa để buộc đối thoại diễn ra hiệu quả và tích cực...

Trên bình diện kỹ thuật nói, khi sử dụng ngôn ngữ, có thể quan tâm đến kiểu nói hàm ngôn và hiển ngôn. Hiển ngôn là kiểu nói mà nghĩa của lời nói thể hiện một cách rõ ràng và cụ thể thông qua lời nói. Còn kiểu nói hàm ngôn là cách nói mà ngữ nghĩa của lời nói thường ẩn sâu bên trong của ngôn ngữ và cần phải có quá trình giải mã một cách sâu sắc mới có thể nắm được các tầng bậc ngữ nghĩa của lời nói thông qua ngôn ngữ nói.

Phân tích sâu hơn nữa về các kỹ thuật sử dụng ngôn ngữ, có thể cập đến các cách thức nói cụ thể: nói giảm - nói quá; nói tránh, nói vòng - nói bắt cầu, ... Mỗi cách thức nói trên

có thể tạo ra nhũng hiệu ứng khác nhau trong quá trình giao tiếp. Tuy nhiên, điều cơ bản cần chú ý là phải sử dụng đúng yêu cầu cũng như đảm bảo có sự thích ứng và phù hợp với từng tình huống giao tiếp cũng như đối tượng giao tiếp thì thành công trong giao tiếp sẽ trở nên dễ dàng được xác lập.

Để sử dụng ngôn ngữ trong giao tiếp có hiệu quả cần chú ý một số vấn đề:

- Nội dung của ngôn ngữ chuyển đến đối tượng giao tiếp phải để họ hiểu ý của ta. Nội dung ngôn ngữ có hai khía cạnh chủ quan và khách quan. Khía cạnh chủ quan là ngôn ngữ dùng để truyền tải ý của cá nhân, đó làm cho đối tượng giao tiếp hiểu được ý mình muốn chuyển tải yếu tố quan trọng để đi đến sự hiểu biết, thông cảm lẫn nhau. Khía cạnh khách quan thể hiện ở chỗ từ ngữ luôn có nghĩa xác định không phụ thuộc vào ý muốn của cá nhân do đó cần dùng từ ngữ đúng, phù hợp hoàn cảnh, tình huống giao tiếp.

- Ngoài ra, phát âm, giọng nói, tốc độ nói phải đảm bảo cho đối - giao tiếp có thể tiếp nhận thông tin và có thể tác động được đối tượng giao tiếp. Giọng nói trước hết có thể chỉ ra được nhóm xã hội, nguồn gốc của người nói qua tính chất địa phương trong giọng nói. Bên cạnh đó, giọng nói cũng phần nào cho thấy được đặc điểm nhân cách, vai trò, vị trí xã hội của người nói thông qua cách nói, giọng điệu to nhỏ. trầm bổng,... Vì vậy giọng nói cũng có thể chuyển tải những thông tin về cảm xúc, thái độ khi giao tiếp. Giọng nói ở đây đòi hỏi người giao tiếp phải chú ý đến tất cả những gì chuyển tải mà không phải là từ ngữ và cử chỉ điệu bộ khi nói đều được xem là giọng nói. Như vậy, giọng nói bao gồm hoi thở, kỹ thuật phát âm, độ diễn cảm và những yếu tố khác có liên quan chặt chẽ. Điều này cho thấy để có giọng nói hiệu quả trong giao tiếp, cần chú tâm rèn luyện từng yếu tố đã nêu.

Để có thể quan tâm đển giọng nói trong giao tiếp, cần chú ý đến các loại tín hiệu âm thanh cơ bản tồn tại trong yếu tố giọng nói để tạo ra hiệu ứng giao tiếp bằng lời. Có thể phân tích thành bốn loại tín hiệu âm thanh như tín hiệu âm thanh định tính bao gồm độ cao, tốc độ và â lượng của lời nói, những tín hiệu âm thanh lấp đầy bao gồm những âm thanh không có nghĩa nhưng góp phần lấp đầy lời nói, câu nói, những tín hiệu âm thanh định phẩm bao gồm những yếu tố thuộc về "cảm xúc tự nhiên" và "sắc thái đặc trưng" của giọng nói. Yếu tố cuối là sự im lặng diễn ra khi nó được xem như là thái độ khi nói. Tuy nhiên sự im lặng cũng có thể được xem như một cử chỉ điệu bộ nếu nhìn nhận sự phân loại giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ có thế giao thoa nhau trong một chừng mực nào đó.

- Phong cách ngôn ngữ thể hiện qua lối nói, lối viết tức là cách dùng từ ngữ để diễn đạt ý trong giao tiếp. Phong cách ngôn ngữ có thế là lối nói thẳng, lối nói lịch sự, lối nói ẩn ý, lối nói mỉa mai châm chọc. Việ sử dụng phong cách ngôn ngữ đòi hỏi mồi cá nhân cần nhận thức

đượ các yêu cầu của từng loại phong cách cũng như khéo léo sử dụng từn phong cách trong những hoàn cảnh khác nhau.

Có thể đề cập đến những yêu cầu cơ bản về ngôn ngữ khi muốn rè luyện về kỹ năng giao tiếp:

+ Giọng nói phải to, rõ, dễ nghe và nếu đạt đến mức tròn vành, chữ nhưng mang tính biểu cảm thì thực sự đạt yêu cầu cao

+ Phát âm cần chuẩn xác và bộc lộ được sự thiện cảm khi nói

+ Cần tuân thủ việc sử dụng ngôn từ phù hợp, sáng trong và thể hiệ tính chuẩn mực, thích ứng với môi trường giao tiếp

+ Ngôn ngữ nói cân đảm bảo sự lưu loát, diễn đạt cụ thể, dễ hiêu và tạo hiệu ứng giao tiếp tích cực với đối tượng

+ Giọng nói đầy tỉnh biểu cảm thích ứng cũng như mang màu sắc diễn cảm sẽ là một lợi thế rất cơ bản trong giao tiếp

+ Chú ý đến các yêu cầu về kỳ thuật nói trong giao tiếp như: nói ngôn, hàm ngôn, nói giảm, nói quá...

4.2 Giao tiếp phi ngôn ngữ

Các kí hiệu phi ngôn ngữ là một loạt phương tiện quan trọng của sự biểu đạt. Đó là các kích thích bên ngoài nhưng không phải là lời nói chữ viết mà bao gồm tất cả những yếu tố thuộc về cử chỉ điệu bộ và những chuyển động biểu cảm khác.

Trong giao tiếp, phương tiện phi ngôn ngữ được sử dụng đóng vai trò chủ yếu không chỉ trong việc truyền đạt thông tin mà còn biểu hiện tâm trạng, xúc cảm, tình cảm, thái độ,… của chủ thể giao tiếp. Các phương tiện phi ngôn ngữ được sử dụng thường xuyên trong giao tiếp có thể là ngôn ngữ cơ thể như ánh mắt, nét mặt, nụ cười, dáng vẻ bề ngoài, cử động của đầu, cử chỉ, tư thế, tiếp xúc thân thể, là giọng nói, là khung cảnh giao tiếp như khoảng cách, vị trí bàn ghế, … Ở một góc độ khái quát về phân loại có thể đề cập đến sự phân chia như sau: phần đầu bao gồm khuôn mặt, ánh mắt, nụ cười và một vài cử chỉ điệu bộ trên khuôn mặt, phần tay chân với các cử chỉ tương ứng, phần ngoài như trang phục, khoảng cách – chỗ ngồi…

- Nét mặt biểu lộ cảm xúc của con người. Theo các nhà tâm lý học thì nét mặt có thể biểu lộ sáu cảm xúc như vui, buồn, ngạc nhiên, tức giận, sợ hãi và ghê tởm. Trong giao tiếp, nét mặt là yếu tố thường được chú ý. Nét mặt góp phần quan trọng tạo nên hình ảnh của cá nhân trong mắt người khác. Với số kiểu nét mặt phong phú của con người, có thể gây hiệu ứng trong giao tiếp nếu như con người biết sử dụng kiểu nét mặt phù hợp. Trong giao tiếp

thường nhật hoặc giao tiếp văn phòng, nét mặt thân thiện là nét mặt được khuyến khích sử dụng. Đó là nét mặt nhẹ nhõm, dễ gần khi có thể nhẹ nhàng nở nụ cười tươi với sự chuyển động tổng hợp của cơ mặt...

Hình 3: Nét mặt biểu lộ những dạng cảm xúc khác nhau

- Ánh mắt là phương tiện giao tiếp không lời có khả năng chuyên tải không những tâm trạng, trạng thái xúc cảm, tình cảm của con người mà còn là nơi tiếp nhận các thông tin cảm tính từ môi trường bên ngoài. Con người có bao nhiêu cái nhìn là có bấy nhiêu tính cách. Do vậy, biết giao tiếp bằng mắt sẽ đem lại nhiều hiệu quả trong quá trình giao tiếp Có một vài yêu cầu khi giao tiếp bằng mắt như: luôn cố gắng giữ ánh mắt nhẹ nhàng và thân thiện, dùng cái nhìn thẳng vào mắt đối tượng sử dụng đỉnh tam giác từ giữa chân mày xuống hai mắt của đối tượng để tạo ra sự thiện cảm và đương nhiên là tránh những ánh mắt cấm kị như: ánh mắt soi mói, ánh mắt dò xét, ánh mắt lạnh lùng, ánh mắt xem thường... Yêu cầu đơn giản nhất khi giao tiếp bắng mắt là nhìn vào mà đối tượng, giữ cái nhìn vào mắt của nhau càng lâu càng tốt theo thời gian của cuộc giao tiếp và hạn chế “đậu mắt” không đúng chồ trong giao tiếp.

Hình 4: Ánh mắt thiện cảm (đồng tử nở to) và ánh mắt không thiện cảm (đồng tử thu nhỏ)

- Nụ cười là phương tiện giao tiếp không lời với chức năng chính là thể hiện xúc cảm, tình cảm của con người. Nụ cười cũng biểu lộ một phần tâm trạng và tính cách của người đang cười và đôi khi cười cũng còn được sử dụng như một tín hiệu âm thanh lấp đầy trong quá trình giao tiếp. Để diễn giải đúng ý nghĩa của nụ cười thì cần chú ý kết hợp quan sát cả đôi mắt và khóe miệng của người đang cười. Thông thường, dễ gây hiệu ứng giao tiếp thì nụ cười chữ a là nụ cười mang hiệu ứng tích cực hơn cả. Nụ cười này đảm bảo các yêu cầu như: tươi, sáng, có sự chuyển động của cả mắt mà chúng ta có thể gọi là cười bằng mắt, có thể bộc lộ cảm xúc qua phần răng - lợi vừa phải cũng như có sự chuyển động tươi của cả nét mặt. Đặc biệt nụ cười này đáp ứng cảm xúc tích cực của con người là khi con người cảm thấy vui vẻ và ngạc nhiên hay hạnh phúc thì khẩu hình chữ a và âm thanh a thường bộc lộ rất tự nhiên và sảng khoái. Những thực nghiệm tâm lý đã minh chứng rằng khi con người nở nụ cười với một đối tượng thì chắc chắn rằng phản ứng mà chúng ta nhận được đó chính là một nụ cười rất tươi. Vì vậy, ngạn ngữ Trung Hoa có câu: “Kẻ nào không biết cười thì đừng nên mở tiệm”. Lẽ đương nhiên, trong từng tình huống khác nhau, nụ cười cũng phải phù hợp theo nguyên tắt đúng nơi - đúng chỗ và mang tính thích ứng thực tế.

- Dáng vẻ bề ngoài được xem là một dạng phương tiện đặc biệt trong giao tiếp phi ngôn ngữ. Dáng vẻ bề ngoài gồm hình dáng thân thể, cung cách đi đứng, trang phục và cung cách

ứng xử. Hình dáng thân thể thường có sự tác động mạnh đến người tri giác trong giao tiếp trong đó yếu tố chiều cao được cho là yếu tố có tác động mạnh nhất. Cung cách đi đứng của một người cũng nói lên nhiều điều về họ như vị thế, tâm trạng, văn hóa, chủng tộc cũng như sự nhận thức về bản thân. Trang phục bổ sung diện mạo cho con người bao gồm sự phối hợp các kiểu quần áo, màu sắc vải, trang sức cung cấp thông tin về lứa tuổi, nghề nghiệp, vị trí xã hội, đẳng cấp và khiếu thẩm mỹ của con người. Trang phục là một phần của định hướng giao tiếp và góp phần giúp giao tiếp thành công. Trong giao tiếp công sở, trang phục đẹp là một trong những yếu tố hấp dẫn. Để đạt được điều này thì việc đảm bảo các yêu cầu như: phối màu quai áo, cà vạt hay khăn choàng phải tuân thủ nguyên tắc "tông tương tông" hay tương phản. Bên cạnh đó, các yêu cầu về trang sức, phụ hiện trang trí phù hợp là các yêu cầu cũng cực kỳ quan trọng. Mặt khác, trên bình diện xây dựng hình ảnh thì đồng phục của cơ quan và những biểu trưng khác có liên quan sẽ đem lại những hiệu ứng không kém phần độc đáo

- Cử chỉ là sự vận động của tay chân và thân the. Cử chỉ thường được dùng để minh họa, nhấn mạnh, bổ sung cho những gì đang nói hoặc thậm chí có thế thay thế lời nói thông qua các dấu hiệu trong cừ chỉ. Cử chỉ cũng được con người dùng đế biểu lộ cảm xúc và thái độ. Tuy nhiên, trong nhiều trường hợp cử chỉ lại là thói quen của cá nhân. Liên quan đến việc khéo léo sử dụng cử chỉ không thể không phân tích hiệu ứng của tư thế. Tư thế thể hiện qua cách đứng, cách ngồi, cách đi đứng của cá nhân trong giao tiếp. Tư thế đôi khi cũng mang đặc trưng của từng nền văn hóa. Thông thường trong giao tiếp, tư thế thể hiện thái độ, vị thế xã hội cũng như tham gia quản lý tình huống giao tiếp trực tiếp. Có một số cử chỉ cấm kị đòi hỏi người giao tiếp cần rảnh và không được vi phạm như: chỉ trỏ về phía đối tượng, cầm que chi trỏ về phía đối tượng, búng tay thường xuyên, chắp tay sau lưng liên tục trong khi xuất hiện trước nhiều người. Ngoài ra có một số tư thế không chuẩn mực mà người nghiên cứu về giao tiếp cần tuân thủ như: kiểu đứng chân rộng gần bằng vai, kiểu đứng 10h hoặc 2h với bàn tay xếp đều trước bụng... Lẽ đương nhiên, những yêu cầu này có thể được điều chỉnh phù hợp với từng giới tính dù rằng những yêu cầu cơ bản là nhất quán.

- Tiếp xúc thân thể thể hiện qua nhiều hình thức như bắt tay, ôm, vồ, hôn má, đẩy,... cũng phụ thuộc rất nhiều vào đặc trưng của các nền văn hóa. Nói khác đi, mỗi nền văn hoá khác nhau, có thể có những quy tắc riêng trong những cử chỉ điệu bộ đã phân tích ở trên.

Có thể đề cập đầu tiên đến cái bắt tay. Đây là hành động mang tính giao tiếp không lời hết sức phổ biến. Có nhiều kiểu bắt tay khác nhau nhưng theo quy chuẩn cơ bản kiểu bắt tay mang tính xã giao quốc tế vẫn là bắt tay bằng một tay, thường là sử dụng tay phải, khoảng cách giữa thân hình của hai người khoảng 3 phần tư cánh tay, bàn tay chạm tương đối sâu vào

bàn tay đối tượng. Ngoài ra, khi bắt tay thì tay vẫn nên đỡ tay đối tượng, mắt vẫn nhìn đối tượng khi bắt tay và nữ thường được quyền chủ động bắt tay cũng như người quản lý được giao quyền chủ động nhiều 1 hơn khi bắt tay...

Còn kiểu ôm hôn xã giao hợp lý vẫn là ôm hôn má chạm má và tuyệt nhiên không được dùng môi của mình để chạm vào má của đố tượng cũng như sự chạm vai chỉ là tương đối.

Ngoài ra, cũng có thể đề cập đến sự đi đứng khi cung cách đi đứng nói lên khá nhiều điều về con người. Bước đi của con người có thể nói lên những thông tin đầu mối về vị thế, tâm trạng, sự tự tin về bản thân hay không... Những yêu cầu chuẩn cho thấy dáng đi luôn luôn thẳng - không được xiêu vẹo về một phía (trước - sau hay phải - trái), trọng tâm dồn về phía sau, bước chéo dài sao cho hai bàn chân cách nhau khoảng 20 cm và mắt hướng về phía trước theo tầm ngang là phù hợp. Cũng có thể đề cập thêm về những yếu tố liên quan đến kiểu ngồi của con người với những yêu cầu cụ thể về giới tính, văn hoá và tương thích với trang phục. Yếu tố này có thể nói lên những đặc điểm về văn hoá của đố tượng góp phần tôn tạo nên sự thanh lịch của bản thân theo một định hướng giao tiếp có văn hoá và lịch sự.

- Khoảng cách giữa các bên trong giao tiếp

Đây cũng là một yếu tố nói lên mối quan hệ khá đặc biệt trong giao tiếp. Khoảng cách trong giao tiếp với người khác cũng có một ý nghĩa nhất định. Có thể phân tích cụ thể như sau:

+ Khoảng cách công cộng (trên 3,5m) phù hợp với tiếp xúc ở đá đông tụ tập theo nhóm

+ Khoảng cách xã hội (1,2m - 3,5m) trong tiếp xúc với người lạ

Tâm lý học giao tiêp

- Khoảng cách cá nhân (0,45m - 1,2m) thường trong các bữa tiệc, giao tiếp ở Cơ quan, với bạn bè.

- Khoảng cách thân mật (0m - 0,45m) trong quan hệ thân mật, gần gũi người thân, trong gia đình, người yêu.

- Vị trí, kiểu bàn ghế trong giao tiếp

Trong môi trường văn phòng - công sở hay trong môi trường công cộng vị trí chỗ ngồi cũng thể hiện một số ý nghĩa nhất định trong giao tiếp. Chính vì thế, việc bày trí bàn họp và việc tìm chỗ ngồi cũng nói lên kiến thức và kỹ năng của người giao tiếp. Có thể quan tâm đến những yêu cầu cơ bản sau khi xác định vị trí ngồi:

- Vị trí góc phù hợp với câu chuyện tế nhị, lịch sự giữa hai người đang trao đổi

- Vị trí hợp tác thể hiện hai người ngồi cạnh nhau cùng nhìn về một hướng hoặc ngồi đối diện nhưng chiếc bàn có tác dụng như chỗ để giấy tờ mang tính tam thời.

Vị trí cạnh tranh với hai người ngồi đối diện nhau và chiếc bàn vai trò như là chiến tuyến.

- Vị trí độc lập là cách sắp xếp không phải để đối thoại mà thể hiện vị trí của người không muốn bị ai quấy rầy hoặc không muốn bắt chuyện. Vị trí này thường trong thư viện hoặc trong quán ăn với những người không quen biết trong môi trường "chung".

CÂU HỎI

1. Phân tích các đặc điểm cơ bản của giao tiếp. Rút ra các kết luận cần thiết cho hoạt động giao tiếp của bản thân.

2. Vì sao nói rằng cùng với hoạt động, giao tiếp quyết định sự hình thành và phát triển tâm lý người?

3. Phân tích sự ảnh hưởng của hoạt động nhận thức và tình cảm đối với sự giao tiếp của con người.

4. Phân tích thuật ngữ cửa sổ Johari trong quá trình giao tiếp. Rút các lưu ý cần thiết để giao tiếp hiệu quả.

5. Làm thế nào để tạo ấn tượng ban đầu hiệu quả khi giao tiếp?

6. Áp lực nhóm ảnh hưởng đến giao tiếp như thế nào?

7. Mô tả hiện tượng bắt chước giữa cá nhân và cá nhân trong gi tiếp. Liệu rằng bắt chước một hình ảnh có làm cho con người giao tiếp thành công?

PHẦN TÓM TẮT

- Giao tiếp vừa là nhu cầu không thể thiếu của con người, vừa là hoạt động đặc trưng của con người và cũng là phương tiện quan trọng ảnh hưởng đến chất lượng hoạt động, đến sự phát triển cá nhân cũng mnư sự phát triển xã hội. Do vậy, giao tiếp có những đặc điểm đặc trưng r èng như: giao tiếp luôn mang tính mục đích, giao tiếp là sự tác động giữa chủ thể với chủ thể, giao tiếp mang tính phổ biến và giao tiếp có mối quan hệ chặt chẽ với hoạt động và cùng góp phần hình thành tâm lý người.

- Giao tiếp là một đặc trưng tâm lý của đời sống con người. Không thể tách rời giao tiếp ra khỏi các hoạt động tâm lý khác. Các hoạt động tâm lý khác của con người như: nhận thức, xúc cảm - tình cảm và ý chí tham gia chặt chẽ và đồng hành cùng giao tiếp cũng như ảnh hưởng một cách sâu sắc đến giao tiếp của một cá nhân, một con người hay một nhóm người.

- Quá trình giao tiếp chịu tác động của nhiều yếu tố, bao gồm: các yếu tố thuộc về cá nhân như hiểu về chính mình và hiểu về người khác, tạo ấn tượng ban đầu trong giao tiếp và các yếu tố tương tác nhóm như lây lan cảm xúc, ám thị, áp lực nhóm, bắt chước, bầu không khí tâm lý.

- Phương tiện trong giao tiếp thường được chia thành hai nhóm là phương tiện ngôn ngữ và phương tiện phi ngôn ngữ. Tương ứng với từng phương tiện thì có giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ. Trong đó, ngôn ngữ là hệ thống ký hiệu (âm thanh hoặc chữ viết) dưới dạng từ ngữ chứa đựng ý nghĩa nhất định (tượng trưng cho sự vật, hiện tượng cũng như thuộc tính và các mối quan hệ của chúng) được con người quy ước và sử dụng trong quá trình giao tiếp. Các kí hiệu phi ngôn ngữ là một loạt phương tiện quan trọng của sự biểu đạt. Đó là các kích thích bên ngoài bao gồm tất cả những yếu tố thuộc về cử chỉ điệu bộ những chuyển động biểu cảm khác (nét mặt, ánh mắt, nụ cười, dáng vẻ bề ngoài, sự vận động tay chân và thân thể...).

CHƯƠNG 3 NGUYÊN TẮC GIAO TIẾP

Muốn mọi người đối xử với mình như thế nào thì hãy đối xử với mọi người như thế.

C. Mác

1. Khái niệm về nguyên tắc giao tiếp

Theo quan niệm thông thường thì nguyên tắc là những yêu cầu mang tính chất bắt buộc được chuẩn hoá hay được khái quát hoá và buộc con người phải tuân thủ hay "chấp hành" một cách rất rõ ràng, cụ thể.

Theo Từ điển Tiếng Việt, nguyên tắc là điều co bản định ra, nhất thiết phải tuân theo trong một loạt việc làm.

Theo tác giả Vũ Dũng thì nguyên tắc được dùng gần với quy tắc nguyên lý, quy định chung (không đi vào chi tiết) có tác dụng định hướng, chỉ dẫn con người hành động, hoạt động với đối tượng hoặc đề nào đó. [3,519]

Hiểu một cách khái quát thì nguyên tắc là những điều luật cơ bản được con người đặt ra và cần phải tuân theo trong toàn bộ quá trình con người thực hiện một dạng hoạt động nào đó. Những điều luật này được xem như những quan điểm cơ bản có vai trò định hướng và chỉ đạo mọi hành vi và hoạt động của con người trong hàng loạt các việc làm mà con người phải thực hiện xoay quanh lĩnh vực đó nhằm đem lại một kết quả tối ưu.

Như vậy, nguyên tắc xét cho cùng đó là những chuẩn mực trong hành vi và hoạt động do con người đặt ra. Những chuẩn mực này thực chất là những yêu cầu do con người đặt ra và tự giác tuân theo trong qu' trình thực hiện dạng hoạt động đó.

Nguyên tắc giao tiếp được hiểu là những "điêu luật" cơ bản do co người đặt ra trong quả trình tiếp xúc giữa người với người nhăm tra đổi thông tin, tri giác và ảnh hưởng lẫn nhau. Những "điều luật" này được đặt ra nhằm đảm bảo cho mọi hành vi và hoạt động của con người khi giao tiếp đạt được hiệu quả cao nhất.

Những “điều luật” trong nguyên tắc giao tiếp có độ bền vững nhất định, làm kim chỉ nam cho toàn bộ quá trình giao tiếp của con người trong mọi tình huống, hoàn cảnh. Tuy nhiên, trong nguyên tắc vẫn có ihững dao động nhất định để phù hợp với đối tượng và hoàn cảnh giao tiêp nhằm đảm bảo quá trình giao tiếp đạt hiệu quả tối ưu.

Khi vận dụng những nguyên tắc giao tiếp cần linh hoạt, bởi giao tiếp giữa người với người phong phú và đa dạng, không đóng khung trong một khuôn khổ nhất định, vì thế trong giao tiếp cũng nên vận dụng các nguyên tắc một cách linh hoạt phụ thuộc vào đối tượng, mục đích và nhiệm vụ của giao tiếp, cũng như phụ thuộc vào các dạng giao tiếp, các loại tình huống giao tiếp khác nhau. Có thể nhận thấy trong giao tiếp có nhiều nguyên tắc khác nhau. Từ những góc nhìn khác nhau của giao tiếp sẽ đem đến những nguyên tắc giao tiếp mang tính khái quát nhưng có tính chất định hướng vận dụng. Phân tích về các nguyên lác trong giao tiếp, có thể đề cập đến các nguyên tắc truyền đạt thông các nguyên tắc giao tiếp nói chung và các nguyên tắc giao tiếp trong tỉmg lĩnh vực cụ thể của giao tiếp...

2. Những nguyên tắc cơ bản khi truyền đạt thông tin

Truyền đạt thông tin là một trong những chức năng cơ bản của giao tiếp, vì vậy khi truyền đạt thông tin cần nhớ một số nguyên tắc cơ bản sau:

2.1. Nguyên tắc ABC A: Acucuracy (chính xác)

A: Brevity (ngắn gọn)

C: Clarity (rõ ràng)

A: Acucuracy (chính xác): Giao tiếp thành công hay không phụ thuộc rất nhiều vào độ an toàn và tin cậy của thông điệp phát đi, vì vậy thông điệp phải đảm bảo chính xác cả về hình thức và nội dung. Thực tiễn cho thấy rằng thông điệp càng chính xác thì hiệu quả giao tiếp càng cao. Thông tin chính xác sẽ tạo được sự tin tưởng ở người đối thoại từ đó dẫn đến sự tín nhiệm và dề dàng hợp tác cùng nhau.

B: Brevity (ngắn gọn): Thông tin truyền đạt cần ngắn gọn, súc tích, vừa đủ. Khi chọn lọc thông tin cần phải cân nhắc kỹ, chọn lựa những thông tin chứa nhiều giá trị nội dung, tránh những câu chữ rườm rà, thừa thãi dễ làm rối trí người nhận.

C: Clarity (rõ ràng): Thông tin truyền đạt cần rõ ràng, chuẩn xác, tránh những từ ngữ mập mờ dễ làm người nhận hiêu theo nhiều cách khác nhau. Thông điệp càng rõ ràng, người nghe càng nắm bắt vấn đề một cách nhanh chóng dẫn đến hiệu quả giao tiếp càng cao.

2.2. Nguyên tắc

Clear (rõ ràng)

Complete (hoàn chỉnh)

Concise (ngắn gọn, súc tích)

Correct (chính xác)

Courteous (lịch sự)

Clear (rõ ràng): Thông điệp phát đi cần rõ ràng, phù hợp với trình độ và tâm thế người nhận, giúp họ hiểu nhanh, hiểu đúng thông tin.

Complete (hoàn chỉnh): Thông điệp cần chứa đầy đủ các thông tin cần thiết để người nhận giảm thiểu được tối đa các bước phản hồi đòi bổ sung thông tin. Nhờ đó, quá trình thu và phát thông tin sẽ được rút ngắn thời gian.

Concise (ngắn gọn, súc tích): Thông điệp cần ngắn gọn, súc tích, cô đọng đi thẳng vào vấn đề, nổi bật các nét chính của vấn đề để người nhận sáng tỏ thông tin một cách nhanh chóng.

Correct (chính xác): Thông điệp cần sự chính xác về hình thức và nội dung, không sai lỗi chính tả, con số, ngày tháng, sự kiện... để người nhận tiếp thu được dễ dàng, đồng thời họ cảm thấy yên tâm và tin tưởng vào đối tác.

Courteous (lịch sự): Thông điệp chứa đựng nội dung cần thiết, văn phong lịch thiệp, lời lẽ nhã nhặn, phương pháp truyền tải thông tin lịch sự khiến người nhận cảm thấy được tôn trọng.

Trong quá trình truyền đạt thông tin cần tuyệt đối tôn trọng các nguyên tắc ABC hoặc 5C, khi đó hiệu quả giao tiếp sẽ rất cao. Những nguyên tắc này được vận dụng rất nhiều trong truyền thông, trong giao tiếp qua email, thư từ, điện thoại và trong mọi mặt của đời sống. Việc thực hiện đầy đủ và trọn vẹn các nguyên tắc này góp phần nâng cao hiệu quả giao tiếp cũng như tạo ra những hiệu ứng tích cực của quá trình giao tiếp.

3. Một số nguyên tắc cơ bản trong giao tiếp xã hội

3.1. Hiểu rõ đối tượng giao tiếp

Muốn giao tiếp thành công, chủ thể giao tiếp cần phải xác định được mình giao tiếp với đối tượng nào, trong hoàn cảnh ra sao, đối tượng ấy có điểm gì nổi bật, hoàn cảnh ấy có gì khác lạ không.

Mỗi cá nhân giao tiếp đều có khung quy chiếu với những đặc điểm riêng biệt về mặt sinh vật, xã hội và tâm lý. Hiểu rõ về đối tác sẽ giúp chủ thể giao tiếp có cách ứng xử hợp lý, hợp tình, hợp cảnh, hợp người, tránh những hiểu nhầm và những rủi ro không đáng có.

Nguyên tắc này liên quan chặt chẽ với các yếu tố tác động đến quá nnh giao tiếp đã được phân tích. Vì vậy, việc giao tiếp hiệu quả đối với con người càng hiểu rõ hơn nữa về

người giao tiếp cùng với mình. Điều này làm cho sự tương tác tích cực cũng như tránh việc tạo ra sự chủ quan trong tương tác hay giao tiếp.

3.2. Tạo ấn tượng ban đầu tốt đẹp

Cuộc gặp gỡ đầu tiên bao giờ cũng để lại dấu ấn khó phai. Nếu trong năm phút đầu tiên chủ thể gieo được vào lòng đối phương những dấu ấn kèm theo những tình cảm tốt đẹp thì đó là điều kiện lý tưởng để phát triển mối quan hệ lâu dài và sự hợp tác hiệu quả về sau.

Danh ngôn có câu: "Gặp nhau nhìn quần áo. Tiễn nhau nhìn tâm hồn", vì thế xây dựng hình ảnh đẹp trong mắt người khác từ những phút đầu tiên gặp gỡ phải bao gồm cả hình thức và nội dung. Đặc biệt, việc gấy ấn tượng ban đầu tốt đẹp sẽ là chiếc cầu nối rất quan trọng dẫn đến sự thành công trong giao tiếp.

Về hình thức: chủ thể cần chú ý đến cách ăn mặc, phục trang ... sao cho phù hợp với đối tượng, khung cảnh tự nhiên, khung cảnh xã hội của

Về nội dung: thái độ chân thành, cử chỉ lịch thiệp, sự quan tâm... là những yếu tố tạo nên những ấn tượng khó phai với người đối thoại.

Ấn tượng ban đầu là một trong các yếu tố tác động đến quá trì giao tiếp. Việc tạo ra ấn tượng ban đầu tốt không chỉ được xem như một yêu cầu mà còn được xem như một nguyên tắc giao tiếp. Việc thực hiện nguyên tắc này sẽ làm cho mối quan hệ giao tiếp thuận lợi và đặc biệt là những hiệu ứng tích cực trở thành những viên gạch an toàn nhất bước đường giao tiếp hướng đến sự mong đợi. Tất nhiên, ấn tượng ba đầu chỉ là điều kiện để khởi đầu một mối quan hệ, nhưng sự bền vững của mối quan hệ về sau còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác. Ấn tượng ban đầu tuy quan trọng nhưng không phải lúc nào cũng chính xác. Có trường hợp ấn tượng ban đầu không mấy tốt đẹp nhưng trong quá trình giao tiếp và hoạt động về sau cả hai bên lại tìm ra nhiều điểm tốt khu cho mối quan hệ ngày càng bền chặt. Nhiều người trong buổi đầu gặp gỡ họ thể hiện một vài nhược điểm trọng yếu của mình, họ quan niệm rằng nếu đối tác chấp nhận được các nhược điểm này thì sẽ hợp được lâu dài. Cũng có không ít trường hợp tuy ấn tượng ban đầu tốt đẹp nhưng quan hệ về sau lại tồi tệ. Thông thường, những trường hợp rơi vào các đối tượng có động cơ không tốt, hoặc những đối tượng coi trọng hình thức bên ngoài hơn giá trị con người, tính cách, bản chất trong. Buổi gặp gỡ đầu tiên họ thường phô diễn hết thế mạnh của mình và cố gắng che đậy mọi khiếm khuyết, sau một thời gian những khiếm khuyết đó dần dần bộc lộ, và tệ hại hơn nữa lại là những khuyết điểm không thể chấp nhận được.

3.3. Tôn trọng nhân cách đối tượng giao tiếp

Được tôn trọng nhân cách là một trong những nhu cầu cơ bản con người. Ai cũng mang trong mình những giá trị riêng và mong được người khác thừa nhận giá trị đó. Trong quá trình sống và hoạt động cùng nhau không ai trong chúng ta muốn bị coi thường hoặc bị xúc phạm. Văn hóa càng cao người ta càng khó quên sự xúc phạm và càng để nhiều hơn đến nguyên tắc này.

Tôn trọng nhân cách đối tượng giao tiếp, trước tiên chủ thể giao tiếp phải thừa nhận những giá trị làm người ở đối tượng đó, coi họ là một con người với đầy đủ những nhu cầu, quyền lợi và nghĩa vụ của một công dân, có quyền được đối xử một cách bình đẳng như những người khác trong xã hội. Khi giao tiếp phải tạo những điều kiện thuận lợi để cả hai bên cùng có cơ hội bộc lộ những nhu cầu, nguyện vọng của mình đồng thời cùng tìm kiêm những lợi ích chung và bảo vệ lợi ích cho cả đôi bên.

Điều đáng lưu ý của nguyên tắc này là chủ thể giao tiếp không nên ap đặt mọi ý kiến chủ quan của mình lên đối tượng giao tiếp rồi bắt buộc họ phải tuân theo mình một cách cứng nhắc.

Sự tôn trọng phải được thể hiện ở ngay trong giai đoạn chuẩn bị giao tiếp và cần phải được duy trì trong suốt quá trình giao tiếp.

Trước khi gặp gỡ với một đối tác nhất đinh, chủ thể giao tiếp cần phải chuấn bị cho cuộc gặp gỡ một cách chu đáo từ việc thỏa thuận về thời gian, địa điếm, đến việc chuẩn bị khung cảnh giao tiếp sao cho ích hợp.

Sự tôn trọng còn thể hiện trong cách ăn mặc. Trang phục cần mang t ih lịch sự, phù hợp khung cảnh tự nhiên, khung cảnh xã hội của cuộc gặp gỡ.

Trong quá trình giao tiếp sự tôn trọng của chủ thể với đối tác còn được thế hiện qua hệ thông thái độ, hành vi, cử chỉ, cách nói năng tương ứng:

- Thái độ tôn trọng được thể hiện qua sự chú ý của chủ thể giao tiếp trì đối tượng giao tiếp. Khi giao tiếp chủ thể hướng ánh mắt nhìn về phía đối tượng giao tiếp, chăm chú lắng nghe và phản hồi một cách tích cực đầy thiện ý.

- Trong cách thể hiện những hành vi, cử chỉ, cách nói năng chủ thể cần giữ được lịch sự tối thiểu, tế nhị trong sử dụng ngôn từ và thận trọng trong các cử chỉ, hành động đặc biệt là khi đối tác bất đồng quan điểm.

Tôn trọng người khác, đề cao người khác nhưng chủ thể cũng phải đòi hỏi sự tôn trọng từ phía đối tác. Chủ thể cũng cần phải biết cách thể hiện bản thân, nhưng không được hạ thấp giá trị của người khác để tự đề cao mình. “Tôn trọng người khác và tôn trọng chính mình” như là phương châm chủ đạo của nguyên tắc này.

3.4. Quan tâm đến đối tượng giao tiếp

Quan tâm đến đối tượng giao tiếp được thể hiện theo nhiều cách. Trước tiên là chủ thể giao tiếp cần chú ý đến những nhu cầu của đối tượng giao tiếp, đáp ứng những nhu cầu chính đáng nơi họ, thấu hiểu những vấn đề mà họ đang quan tâm. Đỉnh cao của sự quan tâm là chủ thể giao tiếp bộc lộ sự quan tâm của mình đối với những vấn đề mà đối tác đang quan tâm.

Quan tâm đến người khác là sự thể hiện tình cảm tự nhiên giữa người với người. Quan tâm thể hiện ở thái độ chân thành, biết lắng nghe và chia sẻ. Người biết quan tâm là người luôn gắng sức xây dựng bầu không khí tâm lý thoải mái, dễ chịu trong mỗi cuộc gặp gỡ. Từng thái độ, cử chỉ, lời nói, ánh mắt của họ đều hướng về đối tác với sự mong muốn được hợp tác trên cơ sở những lợi ích chung.

Thể hiện sự quan tâm đến người khác cũng cần biết giới hạn. quan tâm đúng đối tượng và thể hiện đúng lúc, đúng cách nếu không dễ trở nên thái quá gây khó chịu cho người khác và làm mất thời gian của minh.

3.5. Bày tỏ thiện chí trong giao tiếp

Thiện chí thể hiện cái nhìn tích cực về nhau, ý tốt về người khác trong quá trình giao tiếp. Thiện chí trong giao tiếp là những cái nhìn mang tính tốt đẹp, những thái độ mang tính tích cực về nhau hướng đến sự lạc quan, sự thoải mái và đầy thiện ý.

Người có thiện chí trong giao tiếp là người biết nhìn vào ưu điểm của người khác, biết động viên khích lệ đối tượng giao tiếp phát huy điểm mạnh của họ. Muốn vậy, chủ thể giao tiếp cần phải bày tỏ thái độ tin tưởng vào người khác, biết nói những lời hay ý đẹp, đặc biệt phải biết vận dụng nghệ thuật khen, chê. Nói lời khen tặng phải xuất phát thái độ chân thành và phải đúng với những gì mình nghĩ, mình cảm, nếu không lời khen sẽ trở nên sáo rỗng, vô duyên dễ biến thành lời tâng bốc nịnh hót, phản tác dụng.

Luôn bày tỏ sự tin tưởng vào người khác nhưng không vì thế mà trở thành người vị nể và cả tin. Khi cần động viên khuyến khích, ta nhìn đối tác qua lăng kính màu hồng, không phẳng với những ưu điểm nổi bật nhưng khi cần đánh giá đúng đối tượng, chủ thể phải nhìn đối tác qua lăng kính trắng và phẳng để nhận biết tất cả điểm mạnh, điểm yếu của đối tác và giúp họ nhìn nhận bản thân cho đúng.

3.6. Đồng cảm trong giao tiếp

Theo tác giả Vũ Dũng thì đồng cảm là khả năng hiểu được những cảm xúc, tình cảm của người khác trong giao tiếp; khả năng biết đặt mình vào vị trí của người khác để hiểu và cảm nhận được những trải nghiệm của người khác. [3, 176]

Đồng cảm trong giao tiếp là đặt mình vào vị trí của người khác để hiểu và cảm nhận họ đang nghĩ gì, cảm gì, tại sao họ lại hành động như vậy, từ đó cùng chia sẻ những tâm tư, tình cảm với họ.

Đồng cảm thể hiện ở 3 mức độ: trong cảm xúc, trong vai trò, trong truyền đạt.

- Đồng cảm trong cảm xúc: là khả năng con người hiểu và cảm nhận được những cung bậc cảm xúc của người khác. Thông qua nét mặt, ánh nhìn, cử chỉ, hành động của người khác mình đoán biết được họ đang vui hay buồn, từ đó cùng chia sẻ cảm xúc với họ "vui với người đang vui, buồn với người đang buồn".

- Đồng cảm trong "vai trò": là khả năng con người biết đặt mình vào vị trí xã hội của người khác, hiểu những khó khăn và thuận lợi trong những vai trò và vị trí xã hội mà họ đang gánh vác, từ đó dễ cảm thông họ hơn.

- Đồng cảm trong cách truyền đạt: là khả năng con người truyền tải sự đồng cảm của bản thân đến đối tác. Trong cuộc sống, biết đồng cảm với người khác là quan trọng, nhưng cách chủ thể bộc lộ sự đồng cảm như thế nào còn quan trọng hơn. Chỉ khi chủ thể biết cách truyền đạt lại đúng những thông điệp và cảm xúc thì người khác mới hiểu và nhận được rằng họ đang được cảm thông và chia sẻ. Trong giao tiếp yêu cầu quan trọng là cách truyền đạt phải khéo léo, chọn đúng cách truyền tin, nếu không dễ gây ra sự hiểu lầm, hoặc khiến người khác không cảm nhận được sự quan tâm và sự đồng cảm mà chủ thể muốn bày tỏ.

3.7 Giữ chữ tín trong giao tiếp

Chủ thể tạo được sự tín nhiệm nơi đối tác sẽ đảm bảo cho sự phát triển bền vững và hiệu quả của mối quan hệ. Để có được sự tín nhiệm rất khó vì thế chủ thể cần thận trọng khi đưa ra các lời hứa. Nếu không thể thực hiện được chủ thể có quyền im lặng và từ chối. Một khi đã hứa hãy cố gắng thực hiện bằng được, nếu không dễ trở thành người mất tín đối với người khác.

Để uy tín vững bền, chủ thể cần thận trọng trong từng lời nói hành động, tuy nhiên cũng không nên quá cầu kỳ, kỹ tính khiến ng khác cảm thấy khó chịu, gò bó.

Trên đây là những nguyên tắc cơ bản trong giao tiếp xã hội nói chung, khi vận dụng các nguyên tắc này chủ thể giao tiếp cần linh hoạt và sáng tạo sao cho phù hợp với đặc điểm của từng đối tượng, từng hoàn cảnh và tính chất các mối quan hệ. Để có thể giao tiếp thành công, con người cần làm chủ các nguyên tắc này chứ không hẳn là liên tục "dồn ép" mình theo từng nguyên tắc. Chính điều này sẽ làm cho quá trình giao tiếp sẽ mang tính tự chủ nhưng vẫn đảm bảo thích ứng và tuân theo những nguyên tắc đã nêu.

Những nguyên tắc trên là cơ sở quan trọng để con người có thành công khi ứng dụng nó một cách mềm mại và khéo léo trong một lĩnh vực như: kinh doanh, giáo dục con cái, sinh hoạt gia đình, dạy h và giáo dục trong môi trường sư phạm...

4. Những nguyên tắc giao tiếp cơ bản trong kinh doanh

Hoạt động kinh doanh có những đặc trưng riêng về đối tượng, nhiệm vụ mà chủ thể hướng đến, cho nên trong nguyên tắc giao tiếp giữa đối tác cũng có những đặc trưng riêng.

4.1. Hiểu tâm lý khách hàng

Trong kinh doanh ta cần phải biết đối tác là ai, họ có điểm mạnh điểm yếu gì. Sự hợp tác trong kinh doanh cần dựa trên cơ sở nhiều lợi ích chung thì mối quan hệ mới bền vững, vì vậy chúng ta phải nắm bắt được nhu cầu của khách hàng, xem khách hàng đang cần gì và có thể giúp được gì cho họ, quyền lợi của ta sẽ như thế nào khi hợp tác cùng họ.

Đa số các nhà lãnh đạo cho rằng, họ hiểu nhân viên, hiểu khách hàng. Tuy nhiên, thị trường luôn biến động, nhu cầu và thị hiếu khách hàng luôn thay đổi, vì vậy người thông minh nhất là những người luôn biết tìm cách để hiểu đối tác nhiều hơn nữa. Chủ thể cần nghiên cữu kỹ về những gì mà đối tượng của mình thật sự muốn. Doanh nghiệp cần có những cuộc khảo sát định kỳ để nắm bắt sở thích và mối quan hệ của khách hàng.

Hiểu rõ về nhu cầu, thị hiếu của khách hàng là yếu tố đầu tiên giúp kinh doanh thành công.

Tình huống: Ông giám đốc giao tiếp giỏi nên đã ký kết được hợp đồng kinh doanh

Công ty X đang bán một mặt hàng rất chạy và có lời nên gặp nhiều đối thủ cạnh tranh, nhiều người muốn giành mặt hàng đó để kinh doanh nên đã đến nơi sản xuất để đặt mua mặt hàng đó với số lượng lớn hơn.

Giám đốc công ty X nắm bắt được tình hình, cho điều tra tỉ mỉ về cơ sở sản xuất và những người cạnh tranh với mình. Giám đốc cơ sở sản xuất đến công ty X để thương thảo có thể ngưng hợp đồng mua bán vì nơi đặt hàng với số lượng lớn hơn. Khi tiếp xúc với nhà sản xuất, giám đốc công ty X đã có những thái độ như sau:

• Tiếp đón rất ân cần, vui vẻ, tự nhiên

• Phòng khách trang hoàng lịch sự có hoa văn và trái cây tươi.

• Trong lúc trò chuyện cười vui thoải mái, khi bàn bạc không tỏ vẻ bực bội, cuối cùng sau khi ra về và xem xét kỹ, giám đốc sản xuất quyết định không bán mặt hàng này cho ai và vẫn hợp tác cùng công ty X

Bình luận tâm lý học: Giám đốc công ty X bình tĩnh, điềm đạm, giao tiếp lịch sự, có văn hóa, điều đó đánh giá ông ta là một giám đốc có uy tín, có phẩm chất kinh doanh. Qua những

lời lẽ khi giao tiếp, giám đốc công ty X tỏ ra mình có bản lĩnh, trước nguy cơ bị mất mặt hàng kinh doanh có lời, ông vẫn tỏ ra gan dạ, cứng cỏi trong lời nói nhưng lại thu phục được người nghe. [10]

2. Luôn tôn trọng khách hàng

Trong kinh doanh sự tôn trọng khách hàng được thể hiện dưới nhiều góc độ.

Luôn quan tâm và giải đáp đầy đủ thắc mắc, khiếu nại của khách hàng, chứ không được làm lơ. Không nên tranh luận, cướp lời, khẳng định hơn thiệt với khách hàng khi xảy ra những điều phàn nàn của khách. Việc cần thiết, và là nhiệm vụ của chủ thể là phải lắng nghe, cả ơn và tìm cách khắc phục thiếu sót ngay sau đó nếu có thể.

Luôn biết giữ thể diện cho khách hàng, không phân biệt đối xử với khách hàng.

Biết lắng nghe khách hàng. Khi chủ thể biết lắng nghe khách hàng, một cảm giác thoải mái, dễ chịu sẽ xuất hiện trong lòng mồi khách hàng. Lắng nghe tạo cho khách hàng cảm giác chủ thể đang tôn trọn họ, đánh giá cao họ và quan tâm đến họ.

Tình huống: Ông A đi công tác tỉnh xa, ông ghé vào khách sạn thu phòng nghỉ qua đêm. Cô tiếp vên: “Xin ông cho biết ông thích thuê loại phòng nào, ở đây chúng tôi có 3 loại: 200.000đ/ đêm/ phòng, 150.000đ đêm/ phòng, 100.000đ/ đêm/ phòng. Xin được hầu ông”! Ông khách cảm thấy hài lòng, thoải mái, nên ông đã chọn thuê loại phòng giá cao nhất

Bình luận tâm lý học: Cô tiếp viên đã tôn trọng khách và có lời nói nhẹ nhàng, bày tỏ sự hết lòng phục vụ cho đối tượng nên ông khách vui vẻ thuê phòng. Đúng là: “Túi tiền của khách hàng ở gần trái tim h bộ óc. [10]

4.3. Thể hiện sự quan tâm đến khách hàng

Ai trong chúng ta cũng mong muốn được người khác quan tâm. Khi được quan tâm, một cảm giác ấm áp sẽ tràn ngập trong lòng khác hàng. Lúc bấy giờ, việc giao tiếp hay việc giao dịch sẽ diễn ra vô cùng thuận lợi và dễ dàng đạt được hiệu quả như mong muốn.

Thể hiện sự quan tâm đến khách hàng đầu tiên chủ thể hãy cố nhớ tên khách hàng. Việc xưng hô bằng tên riêng trong cuộc nói chuyện với khách hàng sẽ cho khách thấy chủ thể nhìn nhận họ với tư cách một nhân nói riêng chứ không phải đối tượng khách hàng chung chung, qua đó thể hiện sự quan tâm của chủ thể với khách. Hãy dùng tên riêng của họ khi nói lời chào hỏi, cảm ơn, tạm biệt để làm cho bầu không khí nên nhẹ nhàng, thân thiện hơn. Tuy nhiên, đừng sử dụng tên riêng của khách hàng một cách quá thường xuyên bởi vì nó có thể khiến khá hàng khó chịu, hãy sử dụng vào lúc đầu và lúc kết thúc cuộc hội thoại.

Khi giao tiếp với khách hàng, chủ thể nên duy trì một thái độ thân thiện. Một nụ cười chân thật sẽ khiến khách hàng cảm thấy họ được chào đón, an tâm hơn và để lại trong lòng

khách hàng một cảm giác nồng ấm. Nụ cười có tác dụng lớn như vậy, nhưng cười phải đúng lúc, nếu không sẽ trở nên vô duyên trong giao tiếp với khách hàng.

Quan tâm đến khách hàng bạn phải hiểu rõ và nắm bắt nhu cầu thực sự của khách hàng. Trong mọi trường hợp người chủ phải cố gắng đáp ứng họ một cách tốt nhất, số liệu nghiên cứu cho thấy có đến 81% khách hàng từ bỏ sự hợp tác nếu họ cảm thấy rằng đối phương không có thiện chí giúp đỡ hoặc không chú ý đến nhu cầu của họ. Chẳng hạn, khách hàng muốn mua một chiếc xe máy giá cả hợp lý, có nhiều tiện ích, tiết kiệm được nhiên liệu nhưng nhân viên bán hàng lại thao thao bất tuyệt về một loại xe khác giá cả cao hơn nhưng không tiện sử dụng cho họ.

Quan tâm đến khách được thể hiện rõ trong thái độ nhiệt thành giúp đỡ khách hàng. "Để tôi giúp bạn" dù chỉ là giúp đỡ khách mang hàng ra xe hay đơn giản là mở cửa giúp người đang mang hàng nặng trên tay thì bạn đã phát đi một thông điệp rõ ràng đó là bạn sẵn sàng giúp đỡ họ, khiến họ cảm động. Ấn tượng về nghĩa cử đẹp này sẽ in sâu vào tâm trí khách hàng và tất nhiên, nó khiến cho họ muốn quay trở lại với bạn vào lần sau.

4.4. Luôn bày tỏ thiện chí với khách hàng

Bày tỏ thiện chí với khách hàng bằng nhiều cách khác nhau, chẳng hạn chủ thể nên nói lời khen tặng khách hàng một cách khéo léo, tế nhị, luôn thừa nhận và khẳng định những mặt ưu việt của khách hàng.

Chủ thể nên bày tỏ cho khách hàng biết họ là người quan trọng đối với mình và doanh nghiệp của mình. Chủ thể nên tạo cơ hội cho khách quan tâm đến mình bằng cách hỏi khách hàng về những lời khuyên, thách hàng nào cũng có sẵn những ý kiến cá nhân về cung cách làm việc của chủ thể và công ty. Nếu họ được hỏi vào thời điểm thích hợp theo những cách thích hợp, đồng thời họ cảm thấy rằng chủ thể thực sự quan tâm đến câu trả lời, khách hàng sẽ đưa ra những lời khuyên.

Luôn thể hiện sự tôn trọng, quan tâm, và thiện chí đối với khách là 3 nguyên tắc cần thiết đảm bảo cho người kinh doanh lấy được tình cảm và sự quan tâm của khách đối với doanh nghiệp của mình.

Tôn trọng và quan tâm không có nghĩa là chiều theo tất cả mọi yêu cầu của khách hàng mà bạn phải có quan điểm và giữ vững lập trường của mình, chỉ đáp ứng những yêu cầu chính đáng của khách và tế nhị từ chối những yêu cầu vượt quá khả năng.

4.5. Giữ chữ tín trong kinh doanh

Thu phục được sự tín nhiệm của khách hàng là điểm mấu chốt đảm bảo sự phát triển lâu dài cho sự nghiệp kinh doanh. "Sản phẩm chất lượng, giá cả hợp lý, chế độ chăm sóc

khách hàng tốt" là những điều kiện để xây dựng thương hiệu và thu phục sự tín nhiệm của khách hàng. Sự tín nhiệm được xây dựng trên nền tảng của sự tin tưởng và an tâm khi khách hàng lựa chọn sản phẩm của doanh nghiệp. Mỗi doanh nghiệp có chế độ chăm sóc khách hàng với những quy định riêng. Từng nhân viên cần phải tuân thủ những quy định này một cách nghiêm ngặt. Nếu chủ thể đã hứa với khách thì phải thực hiện lời hứa đó, nếu không, hãy cẩn trọng khi đưa ra những quy định và lời hứa của mình.

Trên đây là một số nguyên tắc cơ bản của giao tiếp và ứng xử trong kinh doanh. Khi vận dụng các nguyên tắc này chủ thế cần phải linh hoạt tùy theo từng tình huống cụ thể mà áp dụng các nguyên tắc sao cho hiệu quả nhất.

Một tình huống căng thẳng giữa khách hàng với chủ tiệm may

Khách: "Quần tôi chị ủi làm sao mà bóng thế này, đã trễ hẹn một lần rồi mà còn làm hư quần người ta nữa. Hư rồi, hư rồi, đền đi".

Chủ tiệm (nhã nhặn): "Em xin lỗi chị, em không cố ý, em đã cố ủi kỹ lắm, nhưng vải này dễ bị bóng lắm chị ạ. Chị thông cảm, hay chị để quần lại, mai em sẽ mua cái khác may lại cho chị được không"?

Khách (nguôi giận trước sự nhã nhặn, tình cảm của chủ tiệm): Thôi, được rồi, không sao. Gói lại cho tôi đi.

Phân tích tâm lý học: Chủ tiệm đã dùng tình cảm để đánh vào tâm lý khách hàng. Nếu chủ tiệm cũng "cương" lên thì sự việc bé sẽ bị xé ra to làm mất uy tín tiệm may. [10]

5. Những nguyên tắc cơ bản trong giao tiếp sư phạm

Giao tiếp giữa giáo viên và học sinh mang tính đặc thù. Vì vậy. những nguyên tắc giao tiếp giữa giáo viên và học sinh cũng có những riêng biệt. Giao tiếp sư phạm là một dạng hoạt động phức tạp và là một dạng hoạt động đòi hỏi tính sáng tạo cao nhằm góp phần giải quyết các nhiệm vụ của dạy học và giáo dục. Để đạt được mục đích đó, trong quá trình thực hiện chúng ta cần đảm bảo, quán triệt được một số nguyên tắc cơ bản.

5.1. Tính mẫu mực trong giao tiếp

Đối tượng của lao động sư phạm là con người. Công cụ lao động sư phạm là nhân cách người giáo viên. Mọi hành vi, cử chỉ, cách nói năng của giáo viên đều tác động mạnh tới học sinh. Vì vậy, nhân cách của người giáo viên phải là nhân cách mẫu mực cho học sinh noi theo.

Giao tiếp sư phạm là một trong các nội dung giáo dục học sinh. Sự tế nhị lịch thiệp, gương mẫu của giáo viên là tấm gương sống để học sinh học tập và rèn luyện về giao tiếp.

Biểu hiện mẫu mực trong giao tiếp sư phạm của giáo viên gồm có:

- Sự mẫu mực về trang phục: Trang phục của giáo viên cần lịch sự, gọn gàng, phù hợp với quy định của nghề giáo. Giáo viên ăn mặc lịch lên lớp cũng là một cách thể hiện sự tôn trọng đối với học sinh.

- Sự mẫu mực trong thái độ, hành vi, cử chỉ, cách nói năng: lời nói hành động của giáo viên cần phải thống nhất, tránh mâu thuẫn. Thái độ giáo viên cần thể hiện phù hợp với các phản ứng hành vi. Ngôn ngữ sử dụng cần đa dạng, phong phú, phù hợp với tình huống, nội dung và đối tượng giao tiếp.

- Tôn trọng nhân cách học sinh trong giao tiếp

Tôn trọng nhân cách học sinh là thừa nhận học sinh như một con người với đầy đủ các quyền được học tập, vui chơi, lao động và bình thường trong các mối quan hệ xã hội.

Người giáo viên biết tôn trọng học sinh thường có các biểu hiện:

- Không dùng từ ngữ, câu nói xúc phạm đến nhân cách học sinh.

- Không áp đặt học sinh, bắt học sinh phải hành động theo mình một cách rập khuôn, máy móc.

- Biết lắng nghe học sinh trình bày ý muốn, nguyện vọng và cố gắng đáp ứng những nhu cầu chính đáng của họ.

- Không có những hành vi bột phát, ngẫu nhiên, mất lịch sự khi tiếp xúc với học sinh.

- Trang phục lịch sự, gọn gàng, phù hợp với yêu cầu của ngành nghề.

5.3. Có thiện ý với học sinh

Giáo viên có thiện ý với học sinh là người luôn nhìn thấy những điểm mạnh ở học sinh và giúp các em phát huy hết những ưu điểm của mình.

Người giáo viên có thiện ý với học sinh là người luôn đem hết tài năng, sức lực ra dạy dỗ học sinh, nhiệt thành và luôn quan tâm tới học sinh một cách đích thực.

Thiện ý của giáo viên thể hiện rõ nét nhất trong cách đánh giá, nhận xét học sinh khi họ thực hiện các nhiệm vụ học tập. Trong trường hợp học sinh phạm lỗi, giáo viên biết cách khích lệ, động viên, bày tỏ sự tin tưởng vào các em để các em phấn đấu vươn lên.

Thiện ý còn thể hiện trong việc đối xử bình đẳng giữa các học sinh không thành kiến, trù dập học sinh. Dù cho trong số học sinh có em chưa tốt, chưa ngoan, hay làm giáo viên phật lòng thì cũng nên đối xử với học sinh này một cách vị tha đầy khoan dung. Trong những trường hợp này đòi hỏi giáo viên phải có hành vi ứng xử một cách "hướng thiện và hành thiện". Khi trách phạt, phê bình học sinh, giáo viên về giúp họ nhận thức được rằng giáo viên làm những điều đó không phải do sự bực tức đối với học sinh mà tất cả đều xuất phát từ thiện chí cì thầy cô, mong muốn học sinh mình trở thành những nhân cách tốt, có ích cho xã hội.

Thiện ý của giáo viên còn thể hiện trong việc phân công các nhiệ vụ trên lớp cho học sinh một cách bình đẳng, biết phát huy tính độc lập tự chủ và sáng tạo của các thành viên và luôn nhiệt tình giúp đỡ khi các em cần.

5.4. Đồng cảm trong giao tiếp với học sinh

Nguyên tắc này được hiểu là trong giao tiếp sư phạm, giáo viên bị đặt mình vào vị trí của học sinh để hiểu những suy nghĩ, tình cảm và hành động của họ, nắm bắt được những khó khăn và thuận lợi của các em. Giáo viên biết đồng cảm thường nhạy cảm với tâm tư tình cảm của học sinh, biết cách chia sẻ với họ niềm vui và nỗi buồn trong học tập và đời sống. Nhờ sự đồng cảm mà quá trình dạy học và giáo dục đạt hiệu cao.

Đồng cảm là cơ sở hình thành ở giáo viên tấm lòng nhân hậu, khoan dung và vị tha đối với học sinh, từ đó giáo viên có cách hành xử nhân văn. Ngược với sự đồng cảm là cách giáo viên thường hay áp dụng nội quy để trách phạt một cách cứng nhắc, không tìm hiểu rõ tính chất và hoàn cảnh phạm lỗi của học sinh. Để thực hiện hành vi ứng xử với học sinh theo nguyên tắc này người giáo viên phải luôn quan tâm, tìm hiểu từng hoàn cảnh gia đình các em.

Tinh huống 1: Thầy giáo - học viên trong giờ học vi tính

Trong giờ thực hành vi tính, chị học viên cũng hơi lớn tuổi có chỗ không hiểu và làm sai yêu cầu của bài tập. Chị nhờ giáo viên hướng dẫn xem giùm lỗi. Sau khi xem xong:

Giáo viên: Chị làm cái gì vậy? Chị học cái này chưa mà bây giờ lại hỏi?

Học viên: Làm bài tập chứ làm cái gì. Tôi không biết tôi mới đi học

Thôi, được rồi, để tôi nhờ thầy khác vậy

Bình luận Tâm lý học: Giáo viên hướng dần đã không tôn trọng học sinh. Học viên bị chạm tự ái và đã tỏ thái độ coi thường giáo viên.

Tình huống 2: Cô giáo thăm nhà học sinh, gặp phụ huynh học sinh

Giáo viên: Chào bác, thưa bác có em Lan ở nhà không ạ?

Phụ huynh: Cháu Lan đi bán hàng. Cô là ai? Hỏi cháu có việc gì?

Giáo Viên: Cháu là giáo viên chủ nhiệm của em Lan, cháu đến nhà thăm gia đình và xem em Lan có vấn đề gì mà nghỉ học một tuần nay.

Phụ huynh: Chẳng giấu gì cô, vì gia đình khó khăn, Lan có nhiều em lại là chị lớn trong nhà nên cháu nghỉ học để phụ tôi lo cho gia đình. Ba cháu mất rồi.

Giáo viên: Thưa bác, kì thi học kỳ I vừa qua em Lan là học sinh xuất sắc của khối 9, chỉ còn vài tháng là kết thúc năm học. Xin bác để em Lan tiếp tục đi học và thi tốt nghiệp hết lớp 9.

Phụ huynh: Nhưng gia đình tôi quá khó khăn không đủ tiền lo cho cháu đi học, nào là tiền học, sách vở, quần áo.

Giáo viên: Bác cứ yên tâm, nhà trường và các bạn ở lớp cũng hiểu hoàn cảnh của Lan. Nhà trường sẽ miễn học phí và tạo điều kiện giúp em Lan vượt khó để tiếp tục việc học.

Phụ huynh: Tôi rất cám ơn cô đã đến thăm gia đình tôi và có ý giúp cháu Lan tiếp tục đến trường. Nếu được nhà trường và các bạn quan tâm giúp đỡ, tôi sẽ cho cháu tiếp tục đến lớp.

Bình luận tâm lý học: Cô giáo có tình thương với học sinh. Cô đã tới nhà tìm hiểu và vận động cho Lan tiếp tục đi học, vì tương lai của em, vì sự vun đắp cho một tài năng. Bà mẹ đã xúc động và cố lo cho con tiếp tục đi học. Hành động của cô giáo thật đẹp. [10]

Các nguyên tắc giao tiếp sư phạm phân tích ở trên bao giờ cũng thống nhất, tác động qua lại biện chứng nhau. Những nguyên tắc này nhằm đảm bảo hoàn thiện nhân cách mẫu mực của người giáo viên, giúp giáo viên thực hiện tốt vai trò, nhiệm vụ của mình, góp phần hình thành và phát triển nhân cách học sinh.

6. Những nguyên tắc giao tiếp trong gia đình, quan hệ vợ chồng, quan hệ bạn bè, người thân

Gia đình là tế bào gốc của xã hội. vấn đề xây dựng một gia đình hạnh phúc luôn thu hút sự quan tâm mọi người. Cùng với sự phát triển đi lên của toàn xã hội, gia đình hiện đại cũng đang có những thay đổi về chất. Trong khi tiếp nhận những ảnh hưởng tích cực của sự giao thoa văn hóa và kinh tế toàn cầu hóa, ảnh hưởng của nhiều yếu tố tiêu cực khác cũng khiến không ít gia đình tan vỡ.

Để những mối quan hệ trong gia đình được bền vững, quan hệ vợ chồng hạnh phúc, bạn bè, người thân trở nên gắn bó keo sơn, đòi hỏi mồi cá nhân phải có sự hiểu biết và quan tâm đến các vấn đề về giao tế. Các mối quan hệ trong gia đình, quan hệ vợ chồng, quan hệ bạn bè, quan hệ giữa người thân thường không chỉ là quan hệ xã hội đơn thuần, mà còn là quan hệ liên nhân cách dựa trên cơ sở của những tình cảm và sự đồng nhất với nhau ở một mức độ nhất định, vì thế trong loại hình giao tiếp này cần tôn trọng những nguyên tắc căn bản của giao tế xã hội. đặc biệt là những nguyên tắc như sự thấu hiểu, sự đồng cảm, tôn trọng và quan tâm lẫn nhau.

Tâm lý học giao tiếp

6.1. Hiểu rõ về nhau

Hiểu rõ về nhau là nắm bắt chính xác nhu cầu, nguyện vọng, tâm tư, tình cảm, những khó khăn và thuận lợi của người đó. Hiểu rõ về nhau là cơ sở cho sự cảm thông và chia sẻ, một điều không thể thiếu trong các mối quan hệ này.

Nhà tâm lý học Ba Lan Krytyna Skarzyska, trong một bài viết của minh, đã có câu kết luận khiến nhiều người phải suy ngẫm. "Chất lượng cuộc sống của chúng ta phụ thuộc khá lớn vào việc xung quanh chúng ta nhiều người thấu hiểu chúng ta hay không". Muốn được người khác thấu hiểu trước tiên chúng ta cần cố gắng hiểu người. Muốn vậy chúng ta cần phải tăng cường lắng nghe và đối thoại, nhạy bén nắm bắt tâm tư, nguyện vọng của người khác. Đa phần mọi người không thể đạt tới sự thấu hiểu khi họ có cảm giác không muốn trò chuyện cùng nhau nữa. Họ trò chuyện với nhau thưa dần và mỗi cuộc trò chuyện chỉ là lấy lệ. Tại sao như vây? Họ thiếu thời gian hay không đủ kiên nhẫn để lắng nghe người khác và biết cách nói đế người khác nghe mình? Nhiều cặp vợ chồng sau nhiều năm chung sống họ quyết định ly hôn. Trước khi chia tay, khi đó họ mới trao đổi thẳng thắn cùng nhau và chợt nhận ra rằng trước đây họ thường hiểu sai về người bạn đời của mình.

Biết lắng nghe, thấu hiểu được người khác cũng là một nghệ thuật, ở đây có một thuật ngữ tâm lý học được mọi người chú ý: Nghe hết mình để hiểu được người khác, cần huy động toàn bộ sự chú ý, sự ly cảm, trí thông minh và hiểu biết của mình vào việc lắng nghe. Năng lực hiểu người khác và hiểu rõ bản thân mình là hai thứ có liên quan mật thiết với nhau. Trong nhiều công trình nghiên cứu xã hội học, người ta đã chỉ ra rằng sự thấu hiểu người khác, cũng như những nhầm trong việc đánh giá về người khác thường có nguồn gốc từ những vấn đề liên quan đến tự ý thức. Chẳng hạn như các công trình nghiên cứu do bà Maria Jarymowicz và các cộng sự của bà tiến hành đã chỉ rõ rằng những người tự đánh giá mình thấp thì cũng đánh giá thiếu chính nhất xúc cảm của người khác, còn những người đánh giá tích cực, trung thực về bản thân mình thì bao giờ cũng hiểu người khác một cách đúng đắn nhất. Những người đã và đang trải nghiệm những khó khăn, buồn phiền mà được tác động để nâng cao nhận thức bản thân và thay đổi bản thân một cách tích cực thì về sau họ dễ trở thành những người nhạy cảm hơn trước nhu cầu và những vấn đề của nguòi khác, họ cũng dễ thấu hiểu người khác hơn.

6.2. Luôn tôn trọng nhau

Tôn trọng nhau cũng là cơ sở dẫn dắt mọi người đèn chồ biết lắng nghe, cảm thông, chia sẻ và thấu hiểu về người khác. Tòn trọng nhau trong gia đình và trong các mối quan hệ thân tình được thể hiện dưới nhiều hình thức. Chẳng hạn, trong gia đình ai cũng muốn mình được thừa nhận các giá trị và được người khác vị nể, vì thế khi phê phán, chỉ trích người khác

thì phải biết cách thể hiện một cách tế nhị, khéo léo, nếu không sẽ gây sự hiểu lầm. Đặc biệt tránh dùng những câu chữ có ý xúc phạm, hạ thấp người khác khiến họ đau lòng.

Trong danh ngôn văn hóa Việt Nam có câu "Vợ chồng tương kính như tân" hay "phu phụ tự khách quý" nghĩa là vợ chòng đối xử với tân khách như thế nào thì hãy đối xử với nhau như thế. hãy coi nhau như là thượng khách. Nghe có vẻ khách sáo và một chút phi lý song suy ngẫm kỹ thì thấy lời người xưa thật là chí lý. Khi tiếp xúc nhiều và chung sống bên nhau, mọi thứ bỗng trở nên thân thiết, có thể dẫn đến sự nhàm chán, từ đó dễ nảy sinh tâm lý xem nhẹ người bạn đời, thậm chí coi thường lẫn nhau. Khi tiếp khách quý ta thường chuân bị mọi thứ rất chu đáo, tiếp khách ân cần, niềm nở, dùng những lời nói tế nhị để ngợi khen chúc tụng hoặc an ủi vỗ về, nói chung ta cố gắng làm hài lòng khách, muốn khách lưu giữ hình ảnh đẹp về ta. Như thế ta đã coi trọn khách quý, hết lòng với khách. Nếu trong đời sống hôn nhân cả vợ và chồng biết kính trọng nhau như khách quý thì họ cùng sẽ cố gắng là vừa lòng nhau, đối xử với nhau một cách tế nhị, ân cần. Tiếc thay, trong hôn nhân người ta thường quên mất điều đó, người ta thường cho rằng hành xử kiểu này quá ư khách sáo, xa lạ, kiểu cách. Thực sự ý nghĩa cùng tư tưởng này chỉ muốn nhấn mạnh với ta rằng không ai thân thiết với ta hơn người bạn đời của ta, không có người khách nào quý giá cho bằng người bạn đời của ta, nên ta cần phải có lòng quý trọng và chăm sóc h tận tình, chu đáo.

6.3. Luôn quan tâm đến nhau

Tôn trọng nhau sẽ dẫn đến sự quan tâm chăm sóc giúp đỡ lẫn nha Với người thân, bạn bè cần thăm hỏi thường xuyên, nhiệt tình giúp đ họ khi có yêu cầu. Muốn quan tâm đến người khác bạn phải dành nhiều thời gian cho họ và có lòng nhiệt thành với họ. Bạn muốn nhận được sự quan tâm, trước tiên phải biết quan tâm, chăm sóc người khác, đặc biệt là người thân. Càng quan tâm đến nhau nhiều, người ta càng tránh được cảm giác cô đơn giữa đời thường.

Quan tâm cũng cần phải biết cách thể hiện, nếu không khéo bạn có thể khiến người khác khó chịu. Đấy là khi bạn cho họ những thứ mà họ không cần, còn những thứ họ cần bạn lại không biết cách cho, hoặc không thể cho. Nghệ thuật CHO và NHẬN cũng cần phải học hỏi. Chẳng hạn, bạn có thể gọi điện thoại, nhắn tin, viết thư, gởi thiệp, tặng hoa hoặc quà cho họ vào những dịp đặc biệt như sinh nhật, lễ, tết... đấy là một cách thể hiện rằng bạn luôn nhớ đến họ, muốn chăm sóc họ. Với người thân và bạn bè ở gần bạn nên thi thoảng viếng thăm, với bạn bè ở xa, bạn nên giữ liên lạc thường xuyên để động viên nhau. Khi được bạn bè người thân nhờ cậy việc gì đó, nếu trong khả năng, bạn nên cố gắng hết mình giúp đỡ. Bạn có nhã ý giúp người khác thì khi bạn cần gì người ta mới tích cực giúp lại bạn, khi đó bạn sẽ có bên mình những 1 người bạn tốt. Người bạn tốt là người bạn luôn có mặt đúng lúc bạn cần.

6.4. Luôn nhìn thấy những ưu điểm của nhau

Nhận ra ưu điểm của nhau và biết cách khơi gợi nhằm phát huy ưu điểm của người khác là một cách thể hiện thiện ý trong giao tiếp ứng xử. Đã là người thân thì càng phải nhận thấy hết những ưu điểm và những việc làm tốt của nhau, có như vậy cuộc sống chung mới trở nên dễ chịu, không gò bó.

Chú trọng đến ưu điểm của người khác bạn sẽ trở nên rộng lượng và bao dung hơn, bởi cuộc sống đời thường vốn bộn bề lo toan, đôi lúc không tránh khỏi những phút giây bồng bột, hành động thiếu suy nghĩ sẽ khiến người khác phật lòng. Với người rộng lượng và vị tha, thời gian sẽ xóa nhòa tất cả. Với người ích kỷ, hẹp hòi hay để bụng, thời gian và sự lẩn tránh của bạn có thể khiến họ tăng thêm sự giận dữ và lòng oán thù... từ đó quan hệ với họ cũng dần trở nên căng thẳng, cuộc sống của họ cũng vì thế mà trở nên ngột ngạt, khó chịu.

6.5. Biết hy sinh cho nhau

Quan hệ trong gia đình không thể thiếu đức hy sinh. Đức hy sinh được bộc lộ qua việc bạn luôn quan tâm chăm sóc người khác, không quản ngại khó khăn, gian khổ nhất là khi người khác gặp khó khăn, ốm đau, bệnh tật, sống trong cùng một gia đình không nên so đo tính toán thiệt hơn, mà cần phải biết cho đi để được nhận lại, cho trước nhận sau. cho bảy nhận ba cũng vẫn vui lòng.

Biết hy sinh vì người khác không có nghĩa là cam chịu tất cả để người khác lợi dụng lòng tốt của mình, coi thường mình, mà sự hy sinh lúc nào cũng cần phải biết trao đúng đối tượng và có giới hạn để dừng đúng lúc, nếu không bạn sẽ trở thành người hi sinh mù quáng vì người khác khi đó sẽ có hại cho cả hai bên.

Trên đây là một số nguyên tắc cơ bản ứng xử trong gia đình, bạn bè và người thân. Nắm vững các nguyên tắc này, biết vận dụng một cách linh hoạt trong đời sống, bạn sẽ không bao giờ đơn độc, mà lúc có bên mình những người mà bạn yêu thương.

CÂU HỎI

1. Phân tích thuật ngữ nguyên tắc và nguyên tắc giao tiếp.

2. Vì sao con người phải tuân thủ các nguyên tắc giao tiếp?

3. Trình bày các nguyên tắc truyền thông cơ bản trong giao tiếp.

4. Phân tích các nguyên tắc khái quát trong quá trình giao tiếp.

5. Để giao tiếp trong gia đình thành công, con người cần tuân thủ những nguyên tắc nào?

6. Phân tích một tình huống trong giao tiếp và chỉ rõ việc tuân thủ hoặc không tuân thủ nguyên tắc giao tiếp đã dẫn đến thành công hoặc thất bại.

7. Sưu tầm các câu ca dao, tục ngữ có liên quan đến các nguyên tắc giao tiếp cơ bản.

PHẦN TÓM TẤT

- Nguyên tắc giao tiếp được hiểu là những yêu cầu cơ bản mang tính khái quát do con người đặt ra trong quá trình tiếp xúc giữa người với tự hỏi nhằm trao đổi thông tin, tri giác và ảnh hưởng lẫn nhau. Những yêu cầu khái quát, tổng hợp này được đặt ra nhằm đảm bảo cho mọi hành vi và hoạt động của con người khi giao tiếp đạt được hiệu quả cao nhất. Tuy nhiên, khi vận dụng những nguyên tắc giao tiếp cần linh hoạt phụ thuộc vào đối tượng, mục đích và nhiệm vụ của giao tiếp, cũng như phụ thuộc vào các dạng giao tiếp, các loại tình huống giao tiếp khác nhau.

- Truyền đạt thông tin là một trong những chức năng cơ bản của giao tiếp, vì vậy khi truyền đạt thông tin cần đảm bảo một sổ nguyên tắc cơ bản: nguyên tắc ABC (A: Acucuracy - chính xác; B: Brevity - ngắn gọi, C: Clarity - rõ ràng); nguyên tắc 5C (Clear: rõ ràng; Complete: hoàn chỉnh; Concise: ngắn gọn, súc tích; Correct: chính xác; Courteous: lịch sự). Những nguyên tắc này được vận dụng rất nhiều trong truyền thông, trong giao tiếp qua email, thư từ, điện thoại và trong mọi mặt của đời sống.

- Trong giao tiếp xã hội cũng cần đảm bảo một số nguyên tắc cơ bản hiểu rõ đối tượng giao tiếp, tạo ấn tượng ban đầu tốt đẹp, tôn trọng nhân cách đối tượng giao tiếp, quan tâm đến đối tượng giao tiếp, bày tỏ thiện chí trong giao tiếp, đồng cảm trong giao tiếp, giữ chữ tín trong giao tiếp... Những nguyên tắc này là cơ sở quan trọng để con người có thể thành công khi ứng dụng nó một cách mềm mại và khéo léo trong từng lĩnh vực như: kinh doanh, dạy học và giáo dục trong môi trường sư phạm...

- Hoạt động kinh doanh có những đặc trưng riêng về đối tượng mà chủ thể hướng đến, cho nên trong nguyên tắc giao tiếp giữa các đối tác phải có những đặc trưng riêng như: hiểu tâm lý khách hàng, luôn tôn trọng khách hàng, thể hiện sự quan tâm đến khách hàng, luôn bày tỏ tiêu chí với khách hàng, giữ chữ tín trong kinh doanh...

- Giao tiếp giữa giáo viên và học sinh mang tính đặc thù, phức tạp và là một dạng hoạt động đòi hỏi tính sáng tạo cao nhằm góp phần giải quyết các nhiệm vụ của dạy học và giáo dục. Để đạt được mục đích đó, trong quá trình thực hiện chúng ta cần đảm bảo, quán triệt được một số nguyên tắc cơ bản: tính mẫu mực trong giao tiếp, tôn trọng nhân cách học sinh trong giao tiếp, có thiện ý với học sinh, đồng cảm trong giao tiếp với học sinh...

- Các mối quan hệ trong gia đình, quan hệ vợ chồng, quan hệ bạn bè, quan hệ giữa người thân là quan hệ liên nhân cách dựa trên cơ sở của những tình cảm và sự đồng nhất với nhau ở một mức độ nhất định, vì thế trong loại hình giao tiếp này cần tôn trọng những nguyên

tắc căn bản của giao tế xã hội, đặc biệt là những nguyên tắc như: sự thấu hiểu nhau, sự đồng cảm, tôn trọng, quan tâm lẫn nhau, luôn nhìn thấy những ưu điểm của nhau, biết hy sinh cho nhau.

CHƯƠNG 4 PHÂN TÍCH GIAO DỊCH TÂM LÝ TRONG GIAO TIẾP

Thực chất của quá trình giao tiếp là quá trình tưcmg tác hai chiều rữa hai chủ thế. Khi tương tác, mối quan hệ giao dịch sẽ được thiết lập. Mối quan hệ ấy được thiết lập dựa trên sự tác động song phương từ hai phía. Có thể phân tích mối quan hệ ấy dựa trên biểu hiện của một số yếu tố như: kiểu tâm lý chủ động hay bị động, vị thế tâm lý cao hay thấp, cái tôi diễn ra như thế nào... Tất cả những yếu tố này sẽ được đặt trong mối quan hệ giữa hai phía trong giao tiếp để được xem xét về độ thích ứng, độ tương tác cũng như tính hoà hợp... Đó chính là hành động phân tích giao dịch tâm lý trong giao tiếp. Nếu chủ thể biết dựa trên nền tảng của sự tương tác và tạo ra hiệu ứng tích cực từ phân tích giao dịch tâm lý thì sự thành công trong giao tiếp càng có cơ hội xác lập. Còn nếu chủ thể không thực sự nhận ra được sự tương tác và mối quan hệ giao dịch cũng như đầy mối quan hệ giao dịch ấy theo một khuynh hướng bất lợi thì chắc chắn rằng hiệu quả giao tiếp là một thách thức.

Phân tích giao dịch tâm lý dưới góc độ Tâm lý học giao tiếp có thể đề cập đến nhiều vấn đề như: cái tôi của từng cá nhân mà đặc biệt là các trạng thái cái tôi khác trong giao tiếp, sự tương tác tâm lý trong hành động trao gửi (cho) và hành động tiếp nhận giữa hai phía. Đấy chính là nhưng cơ sở quan trọng cần được xem xét và phân tích.

1. Các trạng thái của cái tôi trong giao tiếp

Sự tự nhận thức của một người về tư cách, nhân phẩm hoặc giá trị của chính mình, đặc biệt là để phân biệt mình với thế giới bên ngoài và các cá nhân khác được gọi là “cái tôi” xã hội. Đó chính là cái tôi trong các mối quan hệ với những cái tôi khác từ góc độ hành vi và phát triển. Khi xuất hiện một nơi nào đó, con người thường bộc lộ cái tôi của mình, khi gặp gỡ, trao đổi hay giải quyết một nhiệm vụ, cái tôi của con người cũng được bộc lộ thông qua những gì chính người ấy thể hiện mà đặc biệt là “thể hiện trong sự tương tác” với người khác.

Trong quá trình giao tiếp với đối tượng, con người có nhiều kiểu cái tôi khác nhau. Ở mỗi một hoàn cảnh giao tiếp, con người có thể bộc lộ một trạng thái cái tôi của chính mình cùng với những đặc trưng riêng của nó để giao tiếp. Đó có thể là hành vi, lời nói hay thậm chí là những cử chỉ điệu bộ và những cảm xúc đơn giản nhất. Vậy, có những trạng thái cái tôi cơ bản nào trong quá trình giao tiếp? Có thể nhìn nhận ở ba trạng thái cơ bản sau của cái tôi trong quá trình giao tiếp khi xem xét trên bình diện quan hệ giữa con người với con người cũng

như dưới góc độ phát triển hành vi và thái độ của một cá nhân: cái tôi cha mẹ, cái tôi lý trí và cái tôi trẻ con.

1.1. Trạng thái cái tôi cha mẹ (Trạng thái C)

Có thể nói đây là trạng thái cái tôi thường dễ thấy nhất ở những đối tượng khi họ tự cho rằng mình ở vị thế rất cao, mình là người quan trọng hay bản thân họ tự tin về khả năng và uy quyền của mình. Trạng thái cái tôi này thường tồn tại ở một số đối tượng và nghề nghiệp nhất định như: nhà quản lý, người lớn, người chấm thi, người giám sát, thực khách, người mua hàng, cán bộ điều tra... Một số công việc và nghề nghiệp có thể làm cho người ta tự đặt mình vào vị trí này, dù đôi lúc chưa hẳn được phép sử dụng kiểu trạng thái cái tôi ấy: giáo viên, cảnh sát - công an, bảo vệ, kiểm toán... Khi nhận ra mình đang ở vị trí có tầm quan trọng nào đó, trạng thái cái tôi này thường được chủ thể phát tiết ra một cách rõ rệt để xác lập vị trí của mình, bộc lộ chính mình, mong muốn cho người khác biết mình là ai.

Có thể nhận thấy ở trạng thái cái tôi cha mẹ, khi giao tiếp, chủ giao tiếp dễ dàng bộc lộ những dấu hiệu sau đây:

- Hay sử dụng những hiểu biết
- Hay sử dụng kinh nghiệm
- Áp đặt theo những giá trị của mình
- Ra lệnh hoặc đưa ra lời khuyên
- Có ý kiến đánh giá, khen chê
- Sử dụng tục ngữ, thành ngữ
- Giọng nói và cử chỉ thường oai nghiêm, bề trên
- Thái độ tỏ ra che chở

Thực tế cho thấy ở trạng thái C này thì cha mẹ và nhà quản lý là dễ dàng trở thành những hình hoạ sắc nét nhất. Trong quá trình giao tiếp, những dấu hiệu trên dễ dàng được nhận thấy. Khi cần xử lý một tình huống giáo dục con, chính cha mẹ hay bộc lộ kiểu giáo dục theo những luân lý đã được đúc kết, có thể một vài bậc cha mẹ hay áp đặt theo những giá trị của chính mình dù rằng đôi lúc “áp” vào trường hợp cụ thể ấy lại chưa hẳn là hợp lý. về phía nhà quản lý cũng cho thấy những nhận định tương tự. Việc thường xuyên tỏ ra quá oai nghiêm và bề trên hay kèm theo những lời ra lệnh... đôi lúc sẽ làm cho cái tôi ấy trở nên quá đáng và mối quan hệ sẽ dễ dàng căng thẳng. Nói khác đi, mỗi trạng nhái của cái tôi cần phải được tiết chế và vận dụng sao cho phù hợp. Trạng thái cái tôi cha mẹ cũng không hẳn là không có giá trị nhưng sẽ thực sự có giá trị tích cực nếu được vận dụng một cách đúng lúc và hợp lý trong quá trình giao tiếp. Khi xét trên bình diện giao tiếp xã hội, khi mà mỗi con người đều nhận cho

chính mình một vai xã hội khác nhau thì việc sử dụng trạng thái cái tôi này lại càng được cân nhắc một cách kỹ lưỡng để tránh những sự tương tác thiếu hiệu quả mà lại dẫn đến những mâu thuẫn phức tạp và khó giải quyết.

1.2. Trạng thái cái tôi trẻ con (Trạng thái T)

Có thể nói đây là trạng thái cái tôi rất đặc biệt. Yếu tố đặc biệt nằm ở chỗ nó không mô phỏng chi tiết về tuổi tác hay cũng không hẳn là bộc lộ những yếu tố thuộc về "vị thế" một cách đơn thuần. Cái tôi này phụ thuộc một ít vào tính cách, phụ thuộc một ít vào đặc trưng tâm lý tình huống trong tương tác khi giao tiếp.

Trạng thái cái tôi trẻ con không thể quy ước người ấy là trẻ con hay người lớn nhưng nó diễn ra trong những hoàn cảnh nhất định nhằm mô tả một cách sâu sắc nhất về "nhu cầu" trẻ con trong tình huống giao tiếp, cũng không loại trừ một số đối tượng có trạng thái cái tôi này khá nhiều như một "hình ảnh" tạm thời thì người giao tiếp cũng cần sớm nhận ra để có những sự tương tác mang tính thích ứng dẫn đến một hiệu quả giao tiếp thích hợp.

Có thể nhận thấy trạng thái cái tôi này thông qua một số dấu hiệu cơ bản sau đây:

- Đam mê, cảm xúc luôn thể hiện một cách rất mạnh mẽ
- Muốn bộc lộ hết tất cả những suy nghĩ, trăn trở...
- Dễ dàng buông mình để bay bổng
- Ngôn từ dùng rất đặc biệt, hay dùng những từ ngữ mang tính tượng hình, tượng thanh
- Giọng nói dễ dàng biến đổi theo cảm xúc
- Hay có những cử chỉ rất thoải mái: rung đùi, nhịp chân, nhai kẹo cao su vô tư
- Có những thái độ rất tự do, ánh mắt sinh động, dí dỏm...

Thực tế trong giao dịch tâm lý, trạng thái cái tôi này có thể xuất hiện ở một số nhân viên, một số đối tượng có phong thái giao tiếp rất tự do hay thậm chí cả một số cá nhân có kiểu giao tiếp nghệ sĩ hay trong một trạng thái quá cảm xúc hay "yếu đuối" tạm thời. Người giao tiếp cần dễ dàng nhận ra những dấu hiệu trên để có cách cư xử phù hợp. Việc làm chủ mình để không hoàn toàn bị cuốn theo "hướng diễn tiến cái tôi" hay "trường cái tôi" của đối tượng sẽ là một kế sách khôn ngoan. Hơn nữa. việc sử dụng những giải pháp tương tác thích ứng sẽ làm cho mối quan hệ thêm phần hiệu ứng khi người làm chủ cuộc giao tiếp biết đẩy vấn đề đi theo hướng hợp lý và không quá "phô". Ở một góc độ khác, cũng cần thông cảm một cách tương đối với những biểu hiện hay những dấu hiệu của trạng thái cái tôi này nhằm hướng cái nhìn mang tính tích cực để tránh đẩy cuộc giao tiếp đi theo hướng quá "gò bó" hay quá "căng cứng".

Việc giao tiếp với một cá nhân thường có trạng thái cái tôi này hay một cá nhân có khuynh hướng sử dụng trạng thái cái tôi này nhưng lại không thường xuyên kiểm soát đòi hỏi

người giao tiếp cũng thật sự biết điều tiết theo hướng tạo ra cảm giác thoải mái ban đầu để định hướng tương tác sao cho thực sự thích ứng. Đó là những cách thức sử dụng kiểu tương tác phù hợp với trạng thái cái tôi trong giao dịch tâm lý.

1.3. Trạng thái cái tôi lý trí (Trạng thái L)

Trong quá trình giao tiếp và tương tác, nếu biết tự điều chỉnh thì con người dễ dàng thực hiện mối quan hệ giao dịch theo nhu cầu và nguyện vọng của mình. Bên cạnh trạng thái cái tôi trẻ con và cha mẹ thì một trạng thái cái tôi cũng đem đến những hiệu ứng giao tiếp sâu sắc theo hướng hiệu quả sắp xếp, đó chính là trạng thái cái tôi lý trí.

Trạng thái cái tôi lý trí thường tồn tại ở những cá nhân mà khả năng am chủ của chính họ trở thành một năng lực. Cuộc giao tiếp được chính họ đặt mục tiêu rất kỹ lưỡng, thiết lập thành chuỗi những hành động rất bài bản và mang tính chiến lược. Mặt khác, người có trạng thái cái tôi lý trí trở nên rất sâu sắc khi họ mở đầu cuộc giao tiếp và điều chỉnh chính mình theo hướng tạo ra hiệu ứng hai chiều bằng những kỹ năng cơ bản như lắng nghe, xử lý thông tin, ra quyết định.

Trạng thái cái tôi này có thể dễ dàng nhận thấy thông qua những dấu hiệu cơ bản sau đây:

- Luôn tỏ ra nắm bắt và xử lý thông tin một cách hiệu quả
- Luôn thực tế, không thành kiến mà muốn hướng đến tính logic
- Thích lắng nghe và thử nghiệm
- Luôn thích đặt ra những câu hỏi
- Khả năng xâu chuỗi thông tin rất sắc sảo
- Luôn có những ý kiến, kết luận rất ngắn gọn, rõ ràng, trực tiếp và Aãng thắn
- Thái độ luôn tỏ ra lắng nghe, ánh mắt nhìn trực diện
- Hành vi rất nhẹ nhàng nhưng dứt khoát ở một số cá nhân trong cuộc sống khi bản lĩnh giao tiếp trở nên sâu sắc, người ấy có thể sử dụng trạng thái lý trí này như một thanh công cụ quan trọng của cuộc giao tiếp để làm cho cuộc giao tiếp diễn ra theo định hướng có lợi nhất trong sự tương tác. Theo diễn tiến thích ứng, trạng thái cái tôi lý trí sẽ làm cho mỗi cá nhân, mỗi con người hoàn thành nhiệm vụ "giao tiếp" của mình khi biết tương tác tích cực với người khác. Ở một số vị trí nhất định (như nhà quản lý, người giám sát, chuyên viên tham vấn) thì trạng thái cái tôi này trở thành một yêu cầu công việc và nghề nghiệp. Sự bình tĩnh, sự công tâm, sự lắng nghe, sự quyết đoán, sự khách quan,... sẽ tạo nên những hiệu ứng rất quan trọng thúc đẩy cuộc giao tiếp mang tính tương tác công bằng.

Lẽ đương nhiên, ở một góc độ nào đó, trạng thái cái tôi lý trí cũng không nên được khai thác một cách quá đáng vì chính nó sẽ làm cho cuộc giao tiếp trở nên quá khó khăn hay thiếu đi những yếu tố cảm xúc. Trạng thái cái tôi lý trí vẫn phải được sử dụng một cách tinh tế thông qua những đặc trưng về giao tiếp theo hướng thích ứng với từng tình huống, từng hoàn cảnh khác nhau và được "làm mềm hoá" để hướng đến sự tương tác hai chiều thực sự đạt được mục đích cuối cùng của cuộc giao tiếp.

Tóm lại, có ba trạng thái cái tôi cơ bản trong quá trình giao tiếp. Mỗi trạng thái có những dấu hiệu khác nhau đòi hỏi người giao tiếp phải nhận diện và có sự tương tác thích ứng. Ở một con người các trạng thái cái tôi ấy có thể đan xen trong phong cách giao tiếp, cũng có thể được chọn lọc trở thành một phong cách giao tiếp nào đó. Điều cơ bản là nhận thức được vai trò của mình tương ứng với vị trí, mục tiêu, yêu cầu cơ bản của cuộc giao tiếp để điều chỉnh cho thích ứng với trạng thái cái tôi cần có. Khi chọn cho mình một mục tiêu, một vai nào đó, đừng nhầm lẫn vị trí hay đừng sai sót về trạng thái cái tôi của mình theo hướng không nhận thức được những yêu cầu về giao dịch tâm lý. Ở phương diện tương tác, người chủ động giao tiếp cũng cần nhận ra trạng thái cái tôi của đối tượng để có những phương án giao tiếp mang tính tương tác thích ứng làm cho giao tiếp diễn tiến xuôi chiều, thuận lợi và hoàn thành một cách nhẹ nhàng, sâu sắc. Đó chính là yêu cầu tối quan trọng nhằm làm cho hoạt động giao tiếp của con người diễn ra theo nguyên tắc tương tác tâm lý giữa hai chủ thể, giữa hai con người với những sắc thái riêng biệt.

2. Sự tương tác tâm lý (cho và nhận) trong giao tiếp

Quá trình giao tiếp là quá trình tương tác giữa cho và nhận. Từ một lời nói, một cử chỉ điệu bộ hay đến một hành vi và thái độ, tất cả đều ảnh hưởng tương tác hai chiều. Khi chủ thể này tác động đến chủ thẻ khác bằng những hành vi giao tiếp, đó chính là lúc chủ thể này đang cho chủ thể khác những tín hiệu truyền thông và giao tiếp. Ngược lại khi chủ thể còn lại nhận ra những tín hiệu giao tiếp ấy thì chắc rằng chủ thể cũng bộc lộ những cách thức tiếp nhận tương ứng. Nếu kiểu cho và nhận mang tính tương tác thì cuộc giao tiếp sẽ diễn ra theo một quy luật riêng của nó.

Sự cho và nhận trong giao tiếp sẽ được phân tích trên bình diện tâ lý khi đặt kiểu cho và nhận trong một mối quan hệ thích ứng. "Cho trong giao tiếp có thể là lời nói và hành vi thì nhận trong giao tiếp có thể là sự đồng ý hoặc phản ứng. Sự điều tiết kiểu cho trong giao tiếp kiểu nhận trong giao tiếp làm cho những tình huống giao tiếp sẽ có cơ hội được xử lý sao cho thấu tình đạt lý. Những kiểu cho không được mong chờ sẽ có nguy cơ dẫn đến những phản ứng mãnh liệt làm cho cuộc giao tiếp ngừng trệ thì tại sao chủ thể không điều chỉnh? Nếu chủ thể

nhận thấy kiểu cho ấy sẽ liên tục làm cho mình thương tổn, kiểu giao tiếp không giải quyết được hiệu quả thì kiểu nhận phản ứng cũng thể trở thành "lựa chọn" bất đắc dĩ mang tính phòng thủ hoặc phản Đó là những kinh nghiệm quý từ mối quan hệ giữa cho và nhận trong giao tiếp.

2.1. Các kiểu cho trong giao tiếp

Dễ dàng nhận ra rằng trong quá trình giao tiếp với đối tượng, kiểu nói, kiểu biểu lộ hành vi - cử chỉ và cả những thái độ của cá nhân sẽ thế kiểu cho của người dành cho người trong giao tiếp. Có thể đề cập các kiểu cho cơ bản sau: cho Ccm: Chuẩn mực; cho Ckb: Khủng bố cho Cgd: giáo dưỡng, giúp đỡ, cho Cct: cứu tinh. Từng kiểu cho sẽ ra theo những đặc điểm khác nhau.

2.1.1. Cho chuẩn mực

Cho chuẩn mực là kiểu cho mang tính khuôn phép thông qua những nói, hành vi và những cử chỉ nhất định. Người ta thường sử dụng cho này hay lấy những quy định, nội quy, luật lệ và những gì B mg mang yếu tố chính xác, chuẩn mực để giao tiếp với người khác. Kiểu cho này thường gắn liền với những câu nói mang tính bắt buộc hoặc nhắc nhở như một luật định cần phải thực hiện. Mặt khác, với kiểu chuẩn mực, người cho thường tỏ ra mình là người rất nghiêm túc, rõ ràng và hết sức đứng đắn trong những yêu cầu khác nhau mà đặc biệt những yêu cầu có liên quan đến vấn đề đang được chia sẻ.

Kiểu cho chuẩn mực cũng thường được sử dụng ở những người quản lý, những thầy cô giáo, luật sư hay những người nào thuộc nhóm người hay lấy yếu tố quy định trở thành những phương cách hành xử giao tiếp. Kiểu cho chuẩn mực này thực ra rất dễ tạo những hiệu ứng như khi đối tượng giao tiếp còn đang lung lay, cần một gợi ý mang tính chất niềm tin hay cần một trao đổi thẳng thắn mang tính quyết định, cho này cũng có thể gây hiệu ứng khó chịu nếu như chủ the giao lại rất chủ động và thể hiện rõ tính cứng đầu của họ. Trong những 2 hợp như thế, kiểu cho chuẩn mực có thể trở thành rào cản cho thuyết phục hay sự tương tác.

2.1.2. Cho giáo dưỡng

Đây là kiểu cho dễ thấy nhất ở cha mẹ hoặc những người lớn hay những cá nhân tham gia vào những nghề nghiệp cần sự khuyên bảo như một thói quen. Kiểu cho này thường thể hiện nhiều ở những lời nói, chia sẻ, hướng dẫn, dìu dắt, sửa sai hay điều chỉnh để đối tượng giao tiếp có thế giao tiếp thành công.

Kiểu cho giáo dưỡng này thường đi kèm với nhừng câu nói mang tính chỉ bảo dựa trên sự hiểu biết và kinh nghiệm được diễn giải một cách nhẹ nhàng và sâu sắc. Kiểu cho này có thể dề dàng đi vào lòng người nếu người giao tiếp đang cần sự chia sẻ. Tuy nhiên, kiểu cho

này cũng có thể trở thành rào cản khi người giao tiếp không muốn nghe nói nhiều, không tiếp nhận sự phân tích, giảng giải hay nhu cầu tự khẳng định quá cao. Trong những trường hợp này, kiểu cho giáo dưỡng có thể trở thành những rào cản dẫn đến mâu thuẫn không đáng có trong quan hệ tương tác với các cá nhân có cái tôi sắc nhọn.

2.1.3. Cho khủng bố

Đây là một kiểu cho thường dễ xuất hiện khi người cho giận dữ, bực mình hay khó chịu. Mặt khác, người cho thường tỏ vẻ căng thẳng, khó chịu hay thậm chí là có phần đe doạ người nhận bằng những lời nói và những hành động kèm theo trong quá trình giao tiếp. Đôi lúc những lời nói và những hành động ấy rất lộ liễu, nhưng đôi lúc những hành động ấy có thê đơn giản nhưng thường kèm theo một không khí trao đổi r căng thẳng nên dễ làm xuất hiện không khí khủng bố.

Kiểu cho khủng bố có thể được sếp sử dụng với nhân viên, người đang cho hay nghĩ rằng mình ở thế chủ động hoàn toàn sử dụng với người bị động. Kiểu cho này hay kèm theo những giả định mang tính chất tiêu cực cũng như những viễn cảnh mang tính chất đen tối. Hơn nữa, kiểu cho này còn dễ dàng dẫn đến những xung đột khi mâu thu trong thái độ và lời nói dễ xuất hiện. Ở góc độ tương tác, khi lời nói mang tính chất đe doạ hoặc những hành vi mang tính chất thách thức thì nhu cầu phá vỡ hay nhu cầu tự vệ sẽ trở dậy và trong trường hợp đó tương tác giao tiếp sẽ dễ dẫn đến kiểu phản ứng mạnh mẽ.

2.1.4. Cho cứu tỉnh

Những nghiên cứu tâm lý cho thấy với kiểu cho này, người cho thể thể hiện mình là người hỗ trợ và giúp đỡ người nhận. Kiểu cho cứu tinh diễn ra theo hướng người cho bộc lộ qua lời nói và hành vi rằng mình là người giúp đỡ, mình là người hỗ trợ hết mình hay mình là người thực sự vì người khác trong giao tiếp, làm việc.

Kiểu cho cứu tinh này thường có thế diễn ra theo hai hướng. Ở hướng thứ nhất chủ thể thực sự là người giúp đỡ và hỗ trợ. Bản thân hành động giúp đỡ ấy xuất phát từ trong suy nghĩ hoặc có thể diễn ra vì một diễn tiến không thể không thực hiện được. Khi hành động đó xảy ra, người chủ động thực hiện muốn minh chứng bằng lời với người nhận rằng tôi là người cứu tinh. Ở hướng thứ hai, người cứu tinh có thể là người giả vờ vì hành động cứu tinh không được thực hiện nhưng nó diễn ra trên bình diện lời nói để minh chứng rằng tôi là người cứu tinh hay tôi là người giúp đỡ. Kiểu cứu tinh theo hướng này là kiểu cứu tinh mang tính chất giả vờ hay mang tính chất bề mặt hoặc hoàn toàn ta hình thức.

Kiểu cho cứu tinh này sẽ có thể giúp người giao tiếp nhận ra rằng những mong chờ của người khác trong giao tiếp cần được thực hiện theo định hướng tương tác tích cực nếu như sự

giúp đỡ ấy thật tâm hay sự giúp đỡ ấy bằng hành động mà không phải bằng sự kể lể hay sự kêu ca...

2.2. Các kiểu nhận trong giao tiếp

Mỗi kiểu cho trong giao tiếp được xem như một tác động thì phía còn lại trong giao tiếp sẽ thể hiện phản ứng với những tác động đó bằng các cách thức riêng của mình. Đó là những kiểu tiếp nhận hay nói gọn lại là kiểu nhận nhất định. Kiểu tiếp nhận này thường diễn ra theo những phản ứng tâm lý của tình huống nhưng cũng có thể là do phản ứng của hành vi bị chi phối bởi tính cách, cũng có thể là những kiểu được điều khiển bởi lý trí một cách sâu sắc và kiên định

Có thể đề cập đến các kiểu nhận sau: nhận Ttn: thích nghi, nhận Ttd tự do, nhận Tpt: phục tùng, nhận Tnl: nổi loạn. Mỗi kiểu nhận trên không chi thích ứng với một kiểu cho duy nhất mà có thể có hai diễn một kiêu nhận có thế được sử dụng cho hai kiểu cho hoặc một kiểu cho có thể ứng với hai kiểu nhận khác nhau. Phân tích giao dịch tâm lý được xuât hiện ở đây để mỗi tình huống giao tiếp được phân tích xem vì sao lại tồn tại như thể? Phải chăng là kiểu cho có vấn đề, phải chăng là kiểu nhận không phù hợp? Cũng có thể có những tình huống giao tiếp không thành công là do người nhận không sử dụng kiểu nhận hợp lý đê tương tác tích cực, gây hiệu ứng tương thích, hoặc không tỉnh táo để sử dụng kiểu nhận thích ứng làm hoà giải kiểu cho.

Có thể nhận ra những yêu cầu cơ bản của từng kiểu nhận như sau:

2.2.1. Nhận thích nghi

Kiểu nhận này thường gắn liền với hành động suy nghĩ và điều chỉnh hành vi hay thái độ trong cuộc giao tiếp. Khi tiếp nhận được một tác động giao tiếp, kiểu nhận thích nghi thôi thúc chủ thế nhận ra những "cái lý - cái tình" của sự tương tác ấy để điều chỉnh chính mình hoặc chấp nhận nhằm thay đổi.

Kiểu nhận thích nghi này dựa trên nền tảng của lý trí để người nhận cân nhắc. Không phải với mọi tác động người nhận đều hoàn toàn đồng ý hay đều thực sự "tuân thủ" một cách rập khuôn. Ngay cả khi nhận ra được những gì hợp lý, người tiếp nhận cũng tuần tự và lần lượt thay đổi chính mình để thực sự thích nghi. Nếu có sự chấp nhận hoàn toàn hoặc nếu có sự đồng ý với những tác động thuyết phục, thì sự tiếp nhận thích nghi cũng diễn ra trong một thái độ rất ôn hoà, có cân nhắc chứ không hẳn là sự thụ động tuân thủ.

2.2.2. Nhận phục tùng

Đây là kiểu nhận đặc trưng với các cá nhân thiếu bản lĩnh hoặc thiếu hẳn "bộ lọc" của tâm lý. Thực chất của kiểu nhận này là người nhận bị sức mạnh hay sức nặng của kiểu cho áp

chế và không còn phản ứng nào khác hơn là cứ lẳng lặng phục tùng. Sự phục tùng này thường gắn liền với thái độ tuân thủ, hành vi làm theo và cả những biêu hiện tâm lý thiêu bản sắc hay thiếu cái tôi cá nhân khác.

Kiểu nhận phục tùng đôi lúc không phải là kiêu nhận “đáng tin" hoàn toàn. Thông tin ngược giữa cho và nhận ở đây không thực sụ mang tính tích cực vì tín hiệu phát ra từ phía cho có vẻ mãnh liệt nhưng tín hiệu ngược từ phía nhận chỉ mang tính chất cầm chừng và chỉ diễn ra theo một màu sắc. Kiểu nhận phục tùng thường dễ thấy ở những cá nhân tình nguyện và tuyệt đối tuân thủ những chỉ đạo hay những sai bảo mà không cần cân nhắc. Đó có thể là một “quân xanh” thiếu sức mạnh cả trong suy nghĩ, và hành động. Có thể dễ nhận thấy ở những người thái giám hay những ông quan mũ cánh chuồn khom lưng tuyệt đối. Ở một góc độ tương tác trong phân tích giao dịch tâm lý, kiểu nhận này và kiểu người nhận này không phải là người đem đến những kỳ vọng của chúng ta trong giao tiếp.

2.2.3. Kiểu nhận nổi loạn

Kiểu nhận nổi loạn là kiểu nhận dễ dẫn đến những mâu thuẫn và xung đột trong giao tiếp khi người nhận luôn bị dồn nén, ép buộc hay phải chịu đựng trong một trạng thái quá tải. Lẽ đương nhiên, kiếu ihận này cũng có thể dễ xảy ra khi người nhận có tính khí thất thường hoặc muốn làm nổi hay muốn biến chuyện nhỏ thành những chuyện kinh thiên động địa, hay thậm chí là có kiểu phản ứng thái quá thiếu kiểm soát.

Kiểu nhận nổi loạn thường xảy ra khi người nhận không cảm thấy thoả đáng với cái mình đang được cho. Đó có thể là một lời nói quá khích, một hành động thiếu tôn trọng hay một thái độ thiếu kiểm soát, kiểu nhận nổi loạn này diễn ra trong những cơ chế tự vệ vượt rào. Khi lời đe doạ hay lời nói tấn công trở thành kích thích gây phản ứng mạnh mẽ thì kiểu nhận nổi loạn sẽ trở thành phản ứng được lựa chọn. Nổi loạn càng có thể là do phản ứng tình thế, cũng có thể là phản ứng đỉnh phải chọn lựa. Tuy nhiên, đó cũng có thể là phản ứng mang tính chất “nắn gân ngược” để bộc lộ một thái độ hay một hành vi chống đối mạnh mẽ.

Kiểu nổi loạn này có thể làm tình huống giao tiếp bị phá vỡ. Khi nhận thấy nó xuất hiện, người chủ động cần điều chỉnh ngay nếu kiểu lao của mình dường như đã có vấn đề. Sự điều chỉnh kịp thời có thể làm cho quan hệ được cải thiện và tình huống giao tiếp không quá trầm trọng. Kiểu nổi loạn này là một tín hiệu quan trọng để người làm chủ tiếp có thể điều chỉnh kiểu cho của mình cũng như hạn chế cái tôi của mình trong giao dịch tâm lý.

2.2.4. Kiểu nhận tự do

Kiểu nhận tự do là kiểu nhận dễ nhận thấy ở phương thức tiếp nhận những kích thích từ kiểu cho với thái độ vô tư, lời nói thì thoải mái, hành vi không rõ ràng. Kiểu nhận này là kiểu

nhận với những phản ứng có phần trung tính không rõ ràng về mặt cảm xúc. Đây cũng có thể phản ứng mang tính tự vệ hoặc phản ứng tạm thời để chờ thông tin nhằm có những sự ứng xử phù hợp hơn.

Kiểu nhận tự do cho thấy người nhận chọn lựa phương thức an toàn trong ứng xử. Tuy nhiên, có một số chủ thể lại chọn phương thức nhận này vì cá tính của họ luôn diễn ra theo hướng thoải mái, bộc lộ rõ cảm xúc cũng như không muốn người khác nhận thấy phản ứng của mình theo hướng phục tùng hay nổi loạn. Kiểu nhận tự do có thể được xem như một phương án thoải mái để người nhận bộc lộ cái tôi của mình khi cần thiết.

2.3. Mối quan hệ giữa các kiểu cho và kiểu nhận trong giao tiếp

Mỗi kiểu cho trong giao tiếp đều có một mối quan hệ với một kiểu nhận nào đó. Thực chất cho thấy, kiểu cho nào sẽ có kiểu nhận tương ứng. Xét trên bình diện tâm lý học, kiểu cho và kiểu nhận sẽ tạo nên hiệu ứng đa sắc trong mối quan hệ tương tác. Chính mối quan hệ tương tác này sẽ tạo ra những hiệu ứng tình huống giao tiếp thành công hay thất bại. Cũng có những tình huống kiểu cho không hợp lý sẽ tạo ra những rào cản tâm lý quá lớn đến mức khó có thể vượt qua. Cũng có những tình huống, kiểu nhận không tương thích làm cho tình huống giao tiếp sẽ rất dễ chơ vơ.

Phân tích dựa trên những biểu hiện của kiểu cho và kiểu nhận, có thể nhận thấy kiểu cho và kiểu nhận được sắp xếp tương ứng sẽ làm cho tình thế giao tiếp luôn luôn được chủ thể thức thời làm chủ một cách hiệu quả. Tính chất, sắc thái, cường độ vồ đặc biệt là mục tiêu cuộc giao tiếp được bộc lộ qua kiểu cho sẽ thúc đẩy kiêu nhận tương ứng xuất hiện.

Đơn cử như với kiểu cho mang tính chuẩn mực, với những yêu cầu đúng đắn và hợp lý thì người nhận sẽ dùng kiểu nhận thích nghi. Đơn giản vì muốn tồn tại với những quy định thì thích ứng để thay đổi và tuân thủ là điều cần thiết. Nếu với kiểu cho giáo dưỡng thì kiểu nhận có thể sử dụng lại là phục tùng hoặc thích nghi. Lý giải cho kiểu cho này là người nhận có thể nhận ra tính sâu sắc của lời giáo dưỡng, mục đích tích cực của lời giáo dưỡng. Cũng có thể vì áp lực của người giáo dưỡng quá lớn nên sự phục tùng sẽ diễn ra. Hay với kiểu cho cứu tinh thì các phản ứng hợp lý để an toàn có thể là kiểu nhận tự do. Hoặc với kiểu cho khủng bố thì phương án nhận hợp lý sẽ là phục tùng nếu như sự chống đối không đem lại lợi ích và chính chủ thể cũng chưa thực sự đủ nội lực để thay đổi. Thế nhưng nếu sự khủng bố ấy không hợp lý và chủ thể tiếp nhận không thể chịu đựng được thì phương án nhận nổi loạn có thể là lựa chọn hợp lý. Nhìn chung, một kiểu cho có thể tương thích với một hoặc hai kiểu nhận. Sự tương thích này có thể diễn ra theo chiều hướng tích cực để tình huống giao tiếp được thực hiện và dẫn đến những kết quả tốt đẹp. Tuy nhiên, cũng có thể tạo ra sự tương thích giữa kiểu

cho và kiểu nhận nhưng tình huống giao tiếp sẽ bị phá vỡ vì sai lầm trong kiểu cho và nhận đã làm cho nhịp giao tiếp bị lệch, pha giao tiếp bị phá ờ. cầu giao tiếp không thể tạo nên những hiệu ứng...

Có thể mô tả mối quan hệ tương tác giữa kiểu cho và kiểu nhận qua đồ sau.

CÂU HỎI

1. Tại sao cần phân tích giao dịch tâm lý trong giao tiếp?

2. Phân tích các trạng thái cái tôi trong giao tiếp.

3. Vẽ sơ đồ mô tả sự tương tác giữa cho và nhận trong giao tiếp.

4. Dựa trên lý thuyết về sự tương tác tâm lý hãy chỉ ra các phương cách để điều chỉnh quan hệ giao tiếp giữa cha mẹ và con cái ở tuổi vị thành niên.

5. Phân tích một tình huống giao tiếp giữa hai chủ thể. Chỉ rõ mối quan hệ tương tác tâm lý cho và nhận.

6. Phân tích một xung đột giao tiếp dưới góc nhìn của sự tương tác tâm lý giữa cho và nhận.

7. Sưu tầm các tình huống giao tiếp mô tả cho các kiểu cho và nhận tương tác.

PHẦN TÓM TẮT

- Quá trình giao tiếp là quá trình tương tác hai chiều giữa hai chủ thể. Khi tương tác, mối quan hệ giao dịch sẽ được thiết lập. Phân tích giao dịch tâm lý dưới góc độ Tâm lý học giao tiếp có thể đề cập đến nhiều vấn đề như: cái tôi của từng cá nhân mà đặc biệt là các trạng thái cái tôi khác nhau trong giao tiếp, sự tương tác tâm lý trong hành động trao gửi (cho) và hành động tiếp nhận giữa hai phía.

- Trong quá trình giao tiếp với đối tượng, con người có nhiều kiểu cái tôi khác nhau. Có thể nhìn nhận ở ba trạng thái cơ bản sau của cái tôi trong quá trình giao tiếp khi xem xét trên bình diện quan hệ giữa con người với con người cũng như dưới góc độ phát triển hành vi và thái độ của một cá nhân: cái tôi cha mẹ (trạng thái C), cái tôi lý trí (trạng thái L) và cái tôi trẻ con (trạng thái T).

- Quá trình giao tiếp là quá trình tương tác giữa cho và nhận. Có thể đề cập đến các kiểu cho cơ bản sau: cho Ccm: chuẩn mực; cho Ckb: khủng bố, cho Cgd: giáo dưỡng, giúp đỡ, cho Cct: cứu tinh. Mỗi kiểu cho trong giao tiếp được xem như một tác động thì phía còn lại trong giao tiếp sẽ thể hiện phản ứng với những tác động đó bằng các cách thức riêng của mình - đó là những kiểu nhận. Có thể đề cập đến các kiểu nhận sau: nhận Ttn: thích nghi, nhận Ttd: tự do, nhận Tpt: phục tùng, nhận Tnl: nổi loạn.

- Mỗi kiểu cho trong giao tiếp đều có một mối quan hệ với một kiểu thận nào đó. Kiểu cho nào sẽ có kiểu nhận tương ứng. Với kiểu cho mang tính chuẩn mực thì người nhận sẽ dùng kiểu nhận thích nghi. Nếu l kiêu cho giáo dưỡng thì kiểu nhận có thể sử dụng là phục tùng hoặc t ch nghi. Với kiểu cho cứu tinh thì cách phản ứng hợp lý để an toàn nhất có thể là kiểu nhận tự do. Hoặc với kiểu cho khủng bố thì phương án nhận hợp lý sẽ là phục tùng nếu như sự chống đối không đem lại lợi ích và chính chủ thể cũng chưa thực sự đủ nội lực để thay đổi. Thế nhưng nếu sự khủng bố ấy không hợp lý và chủ thể tiếp nhận không thể chịu đựng được thì phương án nhận nổi loạn có thể là lựa chọn hợp lý. Nhìn chung, một kiểu cho có thể tương thích với một hoặc hai kiểu nhận. Sự tương thích này có thể diễn ra theo chiều hướng tích cực để tình huống giao tiếp được thực hiện, dẫn đến những kết quả tốt đẹp và ngược lại.

CHƯƠNG 5 PHONG CÁCH GIAO TIẾP

1. Khái niệm phong cách giao tiếp

1.1. Định nghĩa

Trước hết, có thể đề cập thuật ngữ phong cách như một thuật ngữ cơ bản trong khái niệm này

Hiểu theo nghĩa thông thường, phong cách là cách thể hiện của con người trong phong thái quan hệ và đối xử, trong những biểu hiện hành động ở cuộc sống

Đánh giá về phong cách của một cá nhân, thông thường người khác sẽ dựa vào cách thể hiện ở hành vi, cử chỉ, cách trò chuyện, làm việc... Phong cách có thể được quy về những chiều kích hay những kiểu loại như: nhanh nhẹn, chậm chạp; hời hợt, sâu sắc; duyên dáng, thô kệch; sang trọng, quê mùa; chuyên nghiệp, tệ hại...

Theo từ điển Tiếng Việt, phong cách là những lối, cung cách sinh hoạt làm việc, hoạt động, xử sự tạo nên cái riêng của một người hay một loại người nào đó (nói tổng quát).

Trong cuộc sống, ở mỗi con người hay nhóm người dần hình thành nên những nét riêng trong lời nói, cử chỉ, điệu bộ, hành động. Chúng tạo nên phong cách giao tiếp của nguời đó hoặc nhóm người đó.

Theo các nhà Tâm lý học Xô Viết như A. Klimov, A. Cubanova, M. Rakhamatulyna... thì phong cách giao tiếp là toàn bộ hệ thống các phương pháp, thủ thuật tiếp nhận, phản ứng hành động tương đối bền vững, ổn định của mỗi cá nhân. Chúng quy định sự khác biệt cá nhân, giúp cá nhân thích ứng với môi trường sống mà đặc biệt là môi trường xã hội.

Theo tác giả Hoàng Anh thì phong cách giao tiếp là toàn bộ hệ thống những phương pháp, những thủ thuật tiếp nhận, những phản ứng hành động tương đổi ổn định và bền vững

của chủ thể và đối tượng giao tiếp trong quá trình tiếp xúc với nhau và với mọi người, đảm bảo sự tồn tại và phát triển của họ. [2]

Như vậy, phong cách giao tiếp là hệ thống những lời nói, cử chỉ, điệu bộ, động tác, các ứng xử tương đối ổn định của mỗi con người hoặc mỗi nhóm người trong giao tiếp.

Đơn cử như trong việc đón tiếp khách, khi khách đến, giám đốc A luôn bước nhanh đến đón khách, chìa tay ra cho khách, còn giám đốc B thì lại thường đứng ở một vị trí, chờ khách đến mới đưa tay ra để bắt tay và chào hỏi khách. Hay khi trò chuyện với khách, người Việt thường mở đầu bằng việc quan tâm hỏi han khách, sau đó mới đi vào công việc; trong giao tiếp, người Việt ít sử dụng mắt và các cử chỉ, điệu bộ, còn người phương Tây lại thường đi thẳng vào công việc, sử dụng mắt, cử chỉ, điệu bộ trong giao tiếp nhiều hơn.

Phân tích sâu hơn về các dấu hiệu cơ bản của phong cách, có thể đề cập đến những dấu hiệu sau:

- Hệ thống những phương pháp, thủ thuật tiếp nhận, phản ứng hành động tương đối ổn định, bền vững của cá nhân, giúp con người hoạt động và ứng xử.

- Hệ thống các phương pháp, thủ thuật quy định những đặc điểm khác biệt giữa các cá nhân.

- Hệ thống các phương tiện có hiệu quả giúp cá nhân thích nghi với mừng thay đổi của môi trường (nhất là môi trường xã hội). Dấu hiệu này nói lên sự linh hoạt, cơ động, mềm dẻo của các phương pháp, thủ thuật... ứng xử của cá nhân.

1.2. Đặc trưng của phong cách giao tiếp

Phong cách giao tiếp có ba đặc trưng cơ bản: tính ổn định, tính chân mực và tính linh hoạt.

1.2.1. Tính ổn định

Tính ổn định của phong cách giao tiếp biểu hiện ở chỗ, phong cách tiếp của mỗi người, mỗi nhóm người là tương đối như nhau trong những tình huống giao tiếp khác nhau. Chẳng hạn, một giáo viên có phong cách giảng bài chậm rãi, ung dung thư thái, thì không chỉ thường đứng trên bục giảng, ít chuyển động mà ngay cả với đồng nghiệp hay người thân trong gia đình, người đó cũng thường nói chậm rãi, ung dung thư thái như vậy.

Tính ổn định của phong cách giao tiếp được quy định bởi nhiều yếu tố, trong đó cơ bản là:

- Đặc điểm thể chất của cá nhân

Chẳng hạn như chiều cao, tỉ lệ giữa các phần của cơ thể: đầu, mình, chân, tay cũng ảnh hưởng nhiều đến đến dáng đi, tư thế đứng và sự chuyên động của cơ thể.

- Nghề nghiệp

Trong hoạt động nghề nghiệp của mình, mỗi con người thường tham gia vào những quan hệ giao tiếp ổn định, trong những điều kiện, hoàn cảnh cũng tương đối ổn định, chúng tạo nên những nét riêng trong giao tiếp của những người cùng nghề. Từ đó, phong cách giao tiếp của người thầy giáo khác phong cách giao tiếp của người thầy thuốc, phong cách giao tiếp của người thư ký khác phong cách giao tiếp của nhà khoa học, phong cách giao tiếp của người kinh doanh khác phong cách giao tiếp của người nông dân...

- Đặc trưng của thời đại

Ở mỗi thời đại, phong cách giao tiếp của con người bị ảnh hưởng hay bị chi phối bởi những sự tác động của điều kiện xã hội, yêu cầu về công việc, nhịp sống... Sự tác động này vừa trực tiếp, vừa gián tiếp làm cho những biểu hiện của con người từ hành vi bên ngoài cho đến cách thức suy nghĩ và hành động ý chí có thể mang những "màu sắc" tương ứng. Chẳng hạn, phong cách giao tiếp của con người trong thời kỳ đổi mới có nhịp điệu nhanh, hối hả, khẩn trương hơn thời bao cấp.

Tính ổn định của phong cách giao tiếp tạo nên nét riêng của mỗi con người, mỗi nhóm người trong giao tiếp. Điều này trở thành một đặc trưng tâm lý trong giao tiếp, nó mang dấu ấn riêng và có thể gây những hiệu ứng hết sức thú vị, độc đáo.

1.2.2. Tính chuẩn mực

Giao tiếp là một hành vi xã hội phổ biến ở con người. Nó được định bởi các chuẩn mực xã hội như đạo đức, văn hóa, thấm mỹ, pháp luật; bởi phong tục, tập quán, truyền thống, lễ giáo và các nguyên tắc khác được ấn định trong giao tiếp. Cụ thể như một học sinh khi trả câu hỏi của thầy giáo thì cần mở đầu bằng những từ: "Em thưa thầy… một nhân viên khi báo cáo kết quả công việc với giám đốc thì phải: "Thưa giám đốc..." hoặc "Báo cáo giám đốc..." hay khi một người lớn tuổi và một người trẻ tuổi gặp nhau thì người trẻ tuổi phải chào người lớn tuổi...

Trong giao tiếp, nếu con người không tuân thủ các chuẩn mực, các quy tắc, thì sẽ dễ dàng bị đánh giá là "thiếu văn hóa", "thiếu giáo dục", "hỗn láo" hoặc nói theo kiểu nhẹ nhàng hơn là "không lịch sự".

Mỗi cơ quan, mỗi công ty thường có những quy định riêng về vấn đề giao tiếp trong cơ quan, trong công ty đó, chẳng hạn nhu việc gặp gỡ giữa nhân viên và lãnh đạo, hội họp, tiếp khách, hoặc những yếu tố thuộc về "truyền thống", những chuẩn mực không được lãnh đạo quy định nhưng được mọi người chấp nhận, chẳng hạn như trang phục. Là một người muốn quan tâm đến vấn đề giao tiếp một cách khoa học và chuyên biệt, bạn cần am hiểu và tôn trọng các quy định, các chuẩn mực này. Mỗi cộng đồng người, mỗi dân tộc đều có phong tục,

tập quán, lề giáo, truyền thống riêng mà con người cần biết, đặc biệt trong thời đại hiện nay, khi xu thế hội nhập, liên kết, hợp tác khu vực và toàn cầu đang là xu thế chính của thời đại. Sự thiếu hiểu biết về văn hóa giao tiếp của các dân tộc trên thế giới có thể gây bất lợi cho sự nghiệp của bạn. Chẳng hạn, ban tổ chức yến tiệc chiêu đãi một đoàn khách quốc tế, trong đó có là những vị theo đạo Hồi, mà trong thực đơn của bạn lại có món được chế biến từ thịt lợn, thì đó là một thiếu sót không nhỏ của bạn, những vị khách đó sẽ cảm thấy bị xúc phạm và rất dễ rời bàn tiệc.

1.2.3. Tính linh hoạt của phong cách giao tiếp

Trong phong cách giao tiếp của mỗi con người, bên cạnh những yếu tố ổn định, khó thay đổi, còn có những yếu tố được thay đổi theo tình huống giao tiếp, chúng giúp con người đó có những lời nói, cử chỉ, điệu bộ phù hợp với tình huống giao tiếp cụ thể. Chẳng hạn, một giám đốc khi giao tiếp với nhân viên của mình sẽ có những lời nói, cử chỉ khác với khi giao tiếp với người thân ở gia đình; lời nói, cử chỉ của người thư ký khi tiếp khách cũng khác với khi giao tiếp với bạn bè, đồng nghiệp. Như vậy, tính linh hoạt của phong cách giao tiếp nói lên sự khéo léo, mềm dẻo của mỗi con người trong giao tiếp, ứng xử với người khác.

Trong công tác của mình, ở mỗi vị trí khác nhau, có thể phải tiếp xúc với nhiều đối tượng khác nhau, trong những tình huống khác nhau.

Vì vậy, linh hoạt, mềm dẻo là một trong những phẩm chất giao tiếp cần thiết nhất của con người. Đó cũng chính là cơ sở rất quan trọng để chúng ta giao tiếp một cách thích ứng, có thể làm chủ những tình thế giao tiếp khác nhau, mềm mại để chinh phục đối tượng giao tiếp trong những hoàn cảnh khác nhau.

2. Các loại phong cách giao tiếp

Phong cách giao tiếp của mỗi con người luôn có những nét riêng, không ai giống ai. Nói cách khác, phong cách giao tiếp của con người thực sự đa dạng, phong phú. Tuy vậy, căn cứ vào những nét nổi trội, điển hình, nhiều nhà tâm lí học phân biệt thành ba loại phong cách giao tiếp: phong cách dân chủ, phong cách độc đoán và phong cách tự do.

2.1. Phong cách giao tiếp dân chủ

Phong cách giao tiếp dân chủ biểu hiện qua những nét nổi bật sau đây:

- Bình đẳng, gần gũi, thoải mái;

Người có phong cách dân chủ có xu hướng tạo không khí bình đẳng, thân mật, thoải mái trong giao tiếp. Họ cố gắng thu hẹp khoảng cách với đối tượng giao tiếp tới mức có thể, thông qua ăn mặc, đi đứng, nói năng, điệu bộ, cử chỉ,... Chẳng hạn, một người lãnh đạo dân

chủ thì khi tiếp khách, cho dù đó là nhân viên dưới quyền, họ thường niềm nở, vui vẻ chìa tay ra cho khách, mời khách ngồi, chủ động ngồi gần khách, quan tâm hỏi thăm sức khỏe.

- Tôn trọng đối tượng giao tiếp, chú ỷ đến đặc điếm tâm lí cá nhân của họ;

Trong giao tiếp, người có phong cách dân chủ thường chú ý tìm hiếu các đặc điểm tâm lí cá nhân của đối tượng giao tiếp như: sở thích, thói quen, nhu cầu, quan điểm... để từ đó có phương pháp tiếp cận hợp lí. Chính vì vậy mà họ thường được đánh giá là dễ gần, dễ thông cảm. dễ nói chuyện, không quan cách.

- Lắng nghe đối tượng giao tiếp

Lắng nghe là một trong những nét nổi bật thường thấy ở người c phong cách giao tiếp dân chủ. Họ điềm tĩnh, kiên trì lắng nghe người khác và những ý kiến xác đáng của người khác luôn được họ quan tâm đáp ứng kịp thời hoặc có lời giải thích rõ ràng.

Phong cách giao tiếp dân chủ làm cho đối tượng giao tiếp cảm thấy thoải mái, yên tâm, tự tin, giúp họ phát huy được tính độc lập, chủ động, sáng tạo trong công việc. Chính vì vậy mà người có phong cách giao tiếp dân chủ thường được nhiều người yêu mến, kính trọng, tin tưởng.

Tuy nhiên, dân chủ phải có nguyên tắc, không xóa nhòa mọi ranh giới giữa người này với người khác trong giao tiếp. Trong trường hợp ngược lại sẽ dẫn đến tình trạng “cá mè một lứa”, xuề xòa, “dân chủ quá trớn”. Đặc biệt, trong giao tiếp mang tính chất công việc, dù người dối thoại có thoải mái đến mức độ nào đi chăng nữa, thì vẫn có những "2uyên tắc mà chúng ta không được bỏ qua.

2.2. Phong cách giao tiếp độc đoán

Ngược với phong cách dân chủ là phong cách độc đoán. Người có phong cách giao tiếp độc đoán thường đề cao nguyên tắc, đòi hỏi ranh giới phải được tôn trọng (anh là nhân viên - còn tôi là giám đốc, đừng bao giờ quên điều đó). Họ thường hành động một cách cứng rắn, kiên quyết, đánh giá và ứng xử mang tính đơn phương, một chiều, cứng nhắc, xuất phát từ ý của mình, ít chú ý đến người khác, vì vậy không ít người ngại tiếp xúc với họ.

Ở những tổ chức mà người lãnh đạo là người có phong cách độc đoán, tính tích cực, chủ động, sáng tạo của nhân viên thường khó được phát huy. Tuy nhiên, trong hoàn cảnh phức tạp, khẩn cấp, đòi hỏi một con người quyết đoán, dám chịu trách nhiệm thì phong cách giao tiếp độc đoán thường phát huy được tác dụng.

2.3. Phong cách giao tiếp tự do

Người có phong cách giao tiếp tự do thường biểu hiện những đặc iêm sau:

- Hành vi, lời nói, ứng xử, thái độ bị chỉ phổi nhiều bởi tâm trạng, cảm xúc và tình huống. Do đó, các nguyên tắc, chuẩn mực nhiều khi bị coi nhẹ. Đơn cử như một người lãnh đạo dễ dàng bỏ qua, không xử lý vi phạm kỷ luật của nhân viên, hoặc nhân viên thích nghỉ sớm thì cho nghỉ ngay, không cần biết lý do có thỏa đáng hay không.

- Mục đích, nội dung và đối tượng giao tiếp thường dễ dàng thay đổi. Ví dụ: A đang đi cùng B thì gặp C, A dừng lại trò chuyện với C và luôn cả B đang đứng chờ và việc mà A đang giúp B.

- Quan hệ giao tiếp rộng nhưng hời hợt, không sâu sắc.

Phong cách giao tiếp tự do có ưu điểm là làm cho đối tượng giao tiếp cảm thấy thoải mái, được tôn trọng, do đó phát huy được tính tích cực của họ, đặc biệt là với những người có ý thức tự giác cao. Song người có phong cách giao tiếp tự do cũng dễ bị người khác coi thường, dễ bị đánh giá là thiếu đứng đắn và thiếu nghiêm túc.

Mỗi phong cách giao tiếp đều xuất phát từ những đặc trưng của chủ thể giao tiếp, tình huống giao tiếp, hoàn cảnh giao tiếp, đối tác giao tiếp... Điều cơ bản đổi với mỗi phong cách là vận dụng nó ra sao ở những hoàn cảnh nhất định. Trong giao tiếp, cũng rất khó có thể nói một cá nhân chỉ mang một phong cách giao tiếp nhất định dù rằng phong cách giao tiếp của mỗi cá nhân có thể thể hiện sự nổi trội nhất định theo một kiểu loại nào đó.

Như vậy, ba loại phong cách giao tiếp nêu trên đều có những mặt yếu và mặt mạnh. Không có loại nào là tối ưu cho mọi trường hợp. Điều này đòi hỏi chúng ta phải biết kết hợp cả ba loại phong cách giao tiếp và tùy thuộc vào tình huống cụ thể mà thể hiện phong cách giao tiếp tôi ưu nhất.

3. Văn hoá và một vài đặc điểm trong phong cách giao tiếp của người Việt

Với lịch sử hơn bốn ngàn năm dựng nước và giữ nước, cộng đồng người Việt đã tạo nên những nét văn hoá truyền thống mang bản sắc riêng và hết sức độc đáo. Đó là truyền thống nhân nghĩa, là tính cố kểi cộng đồng, là tinh thần yêu nước... Trải qua các biến động lịch sử và xã hội, những nét văn hoá truyền thống đó phần nào bị tác động, ảnh hưởng nhưng vẫn còn rất đậm nét trong lối sống, cách ứng xử của người Việt Nam.

Văn hoá giao tiếp phản ánh những nét văn hoá chung của một cộng đồng, một quốc gia, một dân tộc. Khi nói đến văn hoá giao tiếp người Việt, người ta thường chú ý đến một số đặc trưng sau:

3.1. Người Việt Nam vừa thích giao tiếp nhưng lại vừa rụt rè

Văn hoá Việt Nam bắt nguồn từ nền văn minh lúa nước. Trong nền văn minh ấy, đòi hỏi mọi người phải cùng hợp tác, hiệp lực với nh trong quá trình canh tác. Do vậy, người Việt Nam

thường sống ph thuộc vào nhau và rất coi trọng việc giữ gìn mối quan hệ tốt đẹp với các thành viên khác trong cộng đồng. Điều này cũng là nguyên nhân khiến cho người Việt Nam rất coi trọng giao tiếp và thích giao tiếp. Đặc tính thích giao tiếp này được thể hiện dưới hai góc độ sau:

- Thứ nhất, người Việt Nam thường thích thăm viếng nhau. Một khi đã thân nhau thì người ta thường đến thăm gặp nhau. Không chỉ trong những ngày Lễ, Tết, ngày nghỉ mà cả những ngày thường, nếu có thời gian và điều kiện thì họ sẵn sàng đến thăm hỏi nhau. Nếu như đối với người phương Tây, việc thăm gặp nhau thường là vì mục đích công việc thì đối với người Việt, điều đó lại thể hiện sự quan tâm và tình cảm dành cho nhau. Nét đặc trưng này được thể hiện rất rõ ở các vùng nông thôn, miền quê. Mỗi khi có một ai đó đi xa về thì những người bà con, họ hàng và cả hàng xóm, láng giềng thường đến hỏi thăm tình hình. Đồng thời, người mới về cũng sẽ đến nhà thăm hỏi lại những người trong sáng, xóm và cộng đồng dân cư. Chính những điều này đã tạo nên “tình làng, nghĩa xóm” khăng khít lẫn nhau giữa các thành viên trong cộng đồng. Đặc tính thích thăm viếng được thể hiện rõ nhất qua truyền thống chúc Tết lẫn nhau giữa các thành viên trong gia đình, dòng họ. Vào dịp Tết cổ truyền của dân tộc, con, cháu đi xa thường về đoàn tự, sum họp cùng gia đình. Trong ngày mùng một Tết, các anh em, con cháu thường tập trung lại để chúc Tết các bậc sinh thành, các bậc bô lão trong gia đình. Sau đó, họ đi thăm hỏi lẫn nhau, chúc nhau những điều tốt lành nhất trong năm mới. Đây cũng là dịp để bạn bè, đồng nghiệp, mà người ta hay gọi là các hội như: hội đồng môn (bạn học), đồng ngũ (bạn trong quân đội), đồng niên (bạn cùng tuổi)... gặp gỡ nhằm tổng kết lại năm cũ và chúc tụng nhau cho năm mới gặp nhiều may mắn. Người Việt Nam thích thăm viếng nhau nên có khi, hàng ngày là đồng nghiệp của nhau, thường xuyên gặp gỡ nhau nhưng cuối tuần họ vẫn có thế đến thăm hỏi nhau và chia sẻ cùng nhau.

- Thứ hai, người Việt Nam thường hiếu khách. Khi có khách đến thăm nhà, dù là thân thiết hay không thân thiết thì gia chủ đều đón tiếp rất nồng hậu và dành cho khách những thứ tốt nhất trong gia đình. Người Việt xưa thường có câu “Nhịn miệng đãi khách” để nói lên điều này. Có khi, khách tới nhà, mặc dù trong nhà không có sẵn đồ ăn, thức 1 ăn nhưng gia chủ cũng sẽ tìm cách đi mua hoặc bằng cách nào đó để có những món ngon nhất đãi khách. Nét văn hoá này sẽ tương đối mờ nhạt ờ các thành phố lớn nhưng càng về các vùng quê xa xôi thì sẽ càng thấy rõ tính hiếu khách của chủ nhà. Đơn giản, người Việt quan niệm rằng khách thì lâu lâu mới đến chơi, cùng lắm là ở lại “ngày một, ngày hai” nên phải tiếp đón cho chu đáo dù sau đó có thể mình sẽ phải ăn bớt đi. Đây là một nét văn hoá giao tiếp rất đáng quý của người Việt Nam ta.

Đi liền với việc thích giao tiếp, người Việt Nam lại có đặc tính dường như đối lập lại đó là sự rụt rè. Nguyên nhân của tình trạng này xuất phát từ hai đặc tính cơ bản của làng xã Việt Nam đó là tính cộng đồng và tính tự trị. Giữa các thành viên trong nội bộ làng, xã thường có sự gắn kết chặt chẽ với nhau nhưng khi xét dưới góc độ khái quát - coi làng, xã như một "cá thể" lớn thì nó lại thể hiện rất rõ tính tự trị. Câu nói "Phép Vua thua lệ làng" phản ánh rất rõ điều này. Trong thực tế, có những cộng đồng làng, xã vẫn còn tồn tại những tập quán, tập tục hết sức lạc hậu, thậm chí là không đúng với quy định của pháp luật nhưnc chúng vẫn có sức sống trong cộng đồng đó, có tác dụng điều chỉnh hành vi của các cá nhân trong cộng đồng. Khi đang ở trong phạm vi cộne đồng quen thuộc - nơi tính cộng đồng ngự trị thì người Việt Nam sẽ to ra xởi lởi, thích giao tiếp. Nhưng khi ra ngoài cộng đồng, trước nhừnc người lạ - nơi tính tự trị phát huy tác dụng thì người Việt Nam sẽ tỏ ra rụt rè. Biêu hiện của tình trạng này là khi gia nhập vào các cộng đồna người mới, các nhóm xã hội lớn, người Việt thường khó hoà nhập và phải mất một khoảng thời gian để có thể thích ứng được. Trong những hoàn cảnh như vậy, con người thường có xu hướng "khép mình" và trở nên thụ động. Biểu hiện rõ nhất của tình trạng này là ở những người từ các miền quê mới ra thành phổ, khi gia nhập vào lối sống thành thị thường hết sức bỡ ngỡ, lạ lẫm. Thực trạng những tân sinh viên từ các tỉnh nông thôn vào thành phố học tập thường gặp phải nhiều khó khăn trong những năm đầu cũng xuất phát từ đặc tính rụt rè của người Việt. Trong thế giới hiện đại và ngày càng trở nên "phẳng" thì ảnh hưởng của đặc tính này là không phù hợp. Nếu không biết cách khắc phục thì nó sẽ trở thành một "màng chắn", một "rào cản" vô hình cho người Việt trong quá trình gia nhập và hội nhập toàn cầu.

Tuy nhiên, vấn đề đặt ra là hai đặc tính thích giao tiếp và rụt rè tưởng như trái ngược nhau nhưng lại không hề mâu thuẫn với nhau bởi vì chúng được bộc lộ trong những hoàn cảnh, những môi trường khác nhau. Nó giống như hai mặt của một vấn đề của cùng một bản chất và là biểu hiện cho cách ứng xử linh hoạt của người Việt Nam.

3.2. Trong giao tiếp, người Việt Nam coi trọng tình cảm và lấy tình cảm là nguyên tắc ứng xử

Xuất phát từ nền văn hoá nông nghiệp, người Việt Nam thường rất gắn bó với nhau, họ coi trọng yếu tố tình nghĩa. Trong nền văn hoá ấy, tình cảm có vai trò hết sức quan trọng, là nền tảng và chuẩn mực chi phối cách ứng xử của con người trong các mối quan hệ xã hội. Nói như vậy không có nghĩa là người Việt không coi trọng đến cái lý mà với họ thì cái tình quan trọng hơn cái lý.

Trong dân ca, tục ngữ của người Việt, có khá nhiều câu nói về đặc điểm văn hoá giao tiếp này như:

"Yêu nhau yêu cả đường đi

Ghét nhau ghét cả tông ti họ hàng "

"Yêu nhau mọi việc chẳng nề

Một trầm chỗ lệch cũng kê cho bằng "

"Một trăm cái lý không bằng một tỉ cái tình "

Có thể nói, đây là một nét đặc trưng của người phương Đông nói chung bởi có sự tương đồng nhất định về văn hoá. Trong khi ở các nước phương Tây, yếu tố độc lập và tự lập được đề cao, đồng nghĩa với "cái tôi cá nhân" được phát triển một cách mạnh mẽ, thì ở các nước phương Đông, dường như "cái tôi xã hội" lại phát triển cao hơn. Chính điều này là nguyên nhân của lối sống tình cảm của người Việt. Đối với người Việt Nam, khi nhận được sự giúp đỡ của ai đó, dù là không nhiều nhưng cũng phải ghi nhớ để trả ơn. Khi ai đó hướng dẫn, chỉ bảo mình dù một chút cũng phải tôn làm thầy. Chính vì vậy, khái niệm "thầy" không chỉ bó hẹp là thầy giáo mà được mở rộng ra như: thầy thuốc, thầy bói, thầy cúng, thầy địa lý, thầy đồ...

Lối ứng xử trọng tình nghĩa của người Việt có hai mặt, vừa tích cực lại vừa tiêu cực. Tích cực là ở chỗ, chính vì sống trọng tình nên người Việt Nam thường quan tâm, chia sẻ và tương trợ lẫn nhau. Đó chính là nền tảng của tinh thần đoàn kết dân tộc - là sức mạnh đánh bại mọi kẻ thù của dân tộc và chống chọi với thiên tai, lũ lụt, hạn hán. Điều này ļoir g tạo nên sự liên hệ tình cảm mà người ta gọi là "tình làng, nghĩa xóm" hay "hàng xóm tối lửa, tắt đèn có nhau", rồi "bán anh em xa, mua láng giềng gần" hay nói rộng hơn đó là "tình đồng chí", "nghĩa đồng bào"... Lịch sử dân tộc đã chứng minh, nếu huy động được sự tham gia. góp sức và hợp lực của toàn dân thì có thể tạo nên được sức mạnh diệu kỳ, chiến thắng mọi kẻ thù và xây dựng đất nước ngày càng phát triển. Trong phạm vi gia đình, cách ứng xử trọng tình cảm đã góp phần tạo nên những giá trị truyền thống có tác dụng rất lớn trong việc giáo dục nhân cách, đạo đức của con trẻ. Lối ứng xử ấy làm cho quan hệ giữa các thành viên trong gia đình trở nên khăng khít và gắn bó hơn. Đạo lý "kính trên, nhường dưới", "kính già, yêu trẻ" cũng bắt nguồn từ đặc tính đó. Đối với phạm vi xã hội, do lối sống trọng tình nên khi có xảy ra chuyện gì hay có gặp mâu thuẫn, trước hết, người ta lấy tình cảm làm cơ sở để xử lý rồi mới tính đến chuyện dùng đến sự can thiệp của người khác hay của pháp luật. Ra đường, chẳng may ta có đụng nhẹ vào xe của người khác nhưng chỉ cần một câu xin lỗi và một nụ cười thiện chí là có thể hoá giải được vấn đề. Nói tóm lại, nhờ cách ứng xử trọng tình nghĩa mà đã tạo nên được

những giá trị cộng đồng to lớn, những nét truyền thống gia đình đáng quý và cách ứng xử xã hội linh hoạt.

Tuy nhiên, bên cạnh những giá trị tích cực thì đặc điểm văn hoá giao tiếp trọng tình nghĩa của người Việt cũng có những tác động tiêu cực. Trên phương diện xã hội, khi chúng ta đang hướng đến mục tiêu xây , dựng nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa - mọi hoạt động đều phải được điều chỉnh bằng công cụ pháp luật thì sự ứng xử bằng tình nghĩa phần nào ảnh hưởng đến mục tiêu này. Cũng vì trọng tình dẫn đến tình trạng nể nang lẫn nhau khi giải quyết công việc, ke cả là những việc chung, những công việc hành chính. Trong các cơ quan nhà nước, khi có mối quan hệ thân thuộc, mọi vấn đề, thủ tục thường được giải quyết nhanh gọn và đơn giản hơn. Đen bệnh viện, những người có sự quen biết thường được thăm khám chu đáo hơn, nhanh chóng hơn... Đây là những điều cần phải được khắc phục để đảm bảo tính công bằng, khách quan giữa các cá nhân trong xã hội, trong các mối quan hệ công việc.

3.3. Người Việt Nam có thói quen ưa tìm hiểu, quan sát, đánh giá

Đối với người Việt Nam, trong các mối quan hệ dù là thân hay sơ thì người ta cũng thường quan tâm, tìm hiểu những thông tin cá nhân về nhau. Khi gặp gỡ, người ta thường hay hỏi nhau về tuổi tác, trình độ học vấn, quê quán, công việc, tình trạng gia đình... Đặc tính này xuất phát từ tính cộng đồng làng xã, từ lối sống tình cảm của người Việt mà ra. Đối với văn hoá phương Tây, điều này là không tốt, là sự tò mò và can dự vào đời sống cá nhân của người khác nhưng đối với văn hoá Việt Nam thì đó lại là một sự quan tâm, chia sẻ lẫn nhau.

Dưới góc nhìn văn hoá, thói quen thích tìm hiểu, quan sát, đánh giá là một đặc điểm của lối sống cộng đồng. Do tính cộng đồng mà người Việt Nam tự thấy rằng mình phải có trách nhiệm quan tâm đến người khác, mà muốn quan tâm thì phải tìm hiểu rõ hoàn cảnh của nhau. Do vậy mà người Việt thường thăm hỏi nhau. Hơn nữa, trong văn hoá giao I tiếp của người Việt Nam, có nhiều cách xưng hô khác nhau và việc sử dụng danh từ xưng hô nào cho phù hợp là một điều hết sức cần thiết. Vì thế, phải có những thông tin căn bản về đối tượng giao tiếp thì mới có thể chọn được kiểu xưng hô hợp lý.

Như vậy, việc tìm hiểu, quan sát, đánh giá đối tượng giao tiếp, trước hết là sản phẩm của tính cộng đồng, xuất phát từ mục đích thu thập thông tin để có cách xưng hô và ứng xử cho phù hợp. Tuy nhiên, cần nhận định rõ giữa việc tìm hiểu thông tin với mục đích phục vụ cho hoạt động giao tiếp với sự tò mò cá nhân. Nếu chỉ dừng lại ở việc tìm hiểu để lấy thông tin phục vụ cho giao tiếp và thể hiện sự quan tâm đến nhau là điều tốt, nhưng nếu tìm hiểu vì mục đích cá nhân nào khác là điều không nên. Điều cần lưu ý là trong giao tiếp xuyên văn hoá trong thế giới mở ngày nay, chúng ta cần phải có sự thích nghi và ứng xử cho phù hợp. Khi

giao tiếp với những người phương Tây, chúng ta nên có sự tế nhị và không nên hỏi thăm quá sâu những thông tin cá nhân của họ. Có thể nói, đặc tính ưa tìm hiểu, quan sát, đánh giá trong giao tiếp của người Việt là sản phẩm của tính cộng đồng, hướng đến mục đích hiểu về đối tượng giao tiếp nhằm có cách ứng xử phù hợp. Tuy vậy, khi không có đủ thông tin, không có sự lựa chọn thì người Việt lại sử dụng cách ứng xử linh hoạt "Ở bầu thì tròn, ở ống thì dài" hay "Đi với bụt mặc áo cà sa, đi với ma mặc áo giấy".

3.4. Người Việt Nam rất trọng danh dự trong giao tiếp

Theo quan niệm của người Việt Nam thì danh dự là điều hết sức quan trọng và không thể nào để mất danh dự trước người khác. Những câu nói "Tốt danh hơn lành áo", "Đói cho sạch, rách cho thơm", "Trâu chết để da, người ta chết để tiếng" đã nói lên lối suy nghĩ, quan niệm này.

Chính vì quá coi trọng danh dự nên người Việt Nam mắc bệnh sĩ diện, nhất là sĩ diện hão. Người Việt truyền thống thường quan niệm "Ở đời muôn sự của chung. Hơn nhau một tiếng anh hùng mà thôi", "Đem chuông đi đánh nước người, không kêu cũng đánh ba hồi lấy danh" hay "Một trăm đồng tiền công không bằng một đồng tiền thưởng".

Cũng chính vì quá quý trọng đến danh dự giao tiếp nên nhiều người Việt rất ngại ngùng khi người khác phản ứng một cách trực diện hay có những góp ỷ thẳng thắn. Quan niệm "Tốt danh hơn lành áo; Đói cho sạch, rách cho thơm; Trâu chết đê da, người ta chết đế tiếng" trở thành phương châm song và phong cách giao tiếp. Ở đây, nhiều người quan niệm rằng danh dự gắn với năng lực giao tiếp: "Lời hay nói ra để lại dấu vết, tạo thành tiếng tăm; lời dở truyền đến tai nhiều người, tạo nên tai tiếng"...

Chính vì quá coi trọng danh dự nên một số người Việt Nam mắc bệnh sĩ diện: Ở đời muôn sự của chung, hơn nhau một tiếng anh hùng mà thôi; Đem chuông đi đánh nước người, không kêu cũng đánh ba hồi lấy danh; Một quan tiền công không bằng một đồng tiền thưởng. Ở làng quê, thói sĩ diện thể hiện trầm trọng qua tục lệ ngôi thứ nơi đình đám và tục chia phần. Do danh dự (sĩ diện), các cụ già vẫn có thể to tiếng nhau vì miếng ăn: Một miếng giữa làng bằng một sàng xó bếp.

Lối sống trọng danh dự dẫn đến cơ chế tạo tin đồn, tạo nên dư luận như một thứ vũ khí lợi hại bậc nhất của cộng đồng để duy trì sự ổn định của làng xã. Điều này làm cho văn hoá giao tiếp của người Việt mang tính đặc trưng độc đáo. Cũng chính vì vậy, trong phong cách giao tiếp của người Việt thì tính dân chủ ít được khai thác một cách tối đa. Một số người lại tỏ ra chủ quan và độc đoán trong giao tiếp đặc biệt trong giao tiếp gia đình.

3.5. Người Việt Nam ưa sự tế nhị, ý tứ và trọng sự hoà thuận

Trong giao tiếp, người Việt không đi trực tiếp ngay vào vấn đề mà thường có thói quen "vòng vo tam quốc". Khi trò chuyện về một đề nào đó, người Việt thường nói về những chuyện chung chung như chuyện thời tiết, tình hình thời sự hay hỏi thăm nhau rồi mới nói để điều cần chia sẻ. Đơn cử, khi muốn mượn tiền của một người khác, nếu như người phương Tây sẽ thẳng thắn đề cập đến chuyện đó thì người Việt chúng ta lại thường hỏi thăm nhau trước rồi mới có thể diễn đạt mong muốn mượn tiền. Cũng chính do thói quen này mà người Việt thường mượn những phương tiện gián tiếp để bắt đầu câu chuyện, đó có thế miếng trầu, chén trà hay điếu thuốc như câu nói "miếng trầu mở đầu câu chuyện".

Lối giao tiếp ưa tế nhị, ý tứ là sản phẩm của lối sống trọng tình và kiểu tư duy trong các mối quan hệ. Chính vì tế nhị, ý tứ nên người Việt thường cân nhắc kỹ càng trước khi nói "Ăn có nhai, nói có nghĩ", "Biết thì thưa thớt, không biết thì dựa cột mà nghe"... bởi họ sợ "Há miệng mắc quai". Một lời trước khi nói ra thường được suy xét cẩn thận, làm sao để không ảnh hưởng đến người khác. Chính sự cẩn thận này khiến cho người Việt có nhược điểm là thiếu tính quyết đoán nhưng lại giữ được sự hoà thuận, không mất lòng ai. Điều này không hẳn là lúc nào tùng tốt. Có những trường hợp, khi cần sự thẳng thắn và phê phán thì một số người lại không mạnh dạn để bộc lộ hết những suy nghĩ, đánh giá của mình để có thể giữ được hoà khí. Đây có thể là nguyên nhân dẫn đến tình trạng tính phản biện xã hội của một bộ phận người dân hiện nay vẫn còn thấp.

Người Việt Nam rất hay cười. Nụ cười thường xuyên xuất hiện trong giao tiếp của người Việt. Trong những lúc vui vẻ, người ta thường hay cười nói rất xôm tụ, nhưng ngay cả trong những lúc ít chờ đợi nhất, người ta vẫn có thể cười. Đó có thể là nụ cười động viên, cười trấn an lay cười để xua tan đi những nỗi muộn phiền. Đây là một đặc điểm rất đáng quý trong giao tiếp của người Việt Nam ta.

Xuất phát từ tâm lý ưa hòa thuận, người Việt Nam luôn có chủ trương nhường nhịn. Người Việt thường quan niệm rằng "Một sự nhịn chín sự lành", "Chồng giận thì vợ bớt lời. Cơm sôi nhỏ lửa biết đời nào khê"... Từ đó, trong cách ứng xử với nhau, con người thường cố tránh đi những mẫu thuẫn, xung đột và hướng đến sự hòa thuận, hợp tác. Đây cũng là một nét rất riêng về phong cách giao tiếp của người Việt Nam – khi mâu thuẫn có nguy cơ xả ra, người Việt tìm mọi cách để giữ hòa khí. Nếu mâu thuẫn ở mức độ vừa phải, họ thường chọn cách ứng xử theo kiểu nhường nhịn và nếu đối tượng vẫn tiếp tục lấn tới thì người Việt chọn biện pháp "Tránh voi chẳng xấu mặt nào" với mục đích cuối cùng là giữ được mối quan hệ hài hòa.

3.6. Người Việt có hệ thống lời nói rất phong phú

Trong giao tiếp, người Việt có một hệ thống xưng hô rất phong phú. Trong khi các ngôn ngữ phương Tây và Trung Hoa chỉ sử dụng các đại từ nhân xưng (ai - iu, wõw - nị) thì tiếng Việt còn sử dụng một số lượng lớn các danh từ chỉ quan hệ họ hàng để xưng hô và những danh từ thân tộc này có xu hướng lấn át các đại từ nhân xưng. Hệ thống xưng hô này có các đặc điểm như sau:

- Thứ nhất, có tính chất thân mật hoá (trọng tình cảm), coi mọi người trong cộng đồng như bà con họ hàng trong một gia đình. Những danh từ như: chú, bác, cô, dì, ông, bà vốn là những danh từ chỉ các thành viên trong gia đình cũng được sử dụng đế gọi cho những người khá: trong cộng đồng dù là chưa từng quen biết. Cách xưng hô này tạo nên cảm giác thân mật và gần gũi giữa các đối tượng giao tiếp.

- Thứ hai, cách xưng hô của người Việt có tính cộng đồng hoá cao. Trong hệ thống xưng hô này không có những từ xưng hô chung mà phụ thuộc vào tuổi tác, địa vị xã hội, thời gian, không gian giao tiếp cụ thẻ - "chú khi ni, mi khi khác". Có khi, cũng là hai người đó nhưng cách xưng hô lại có khi thể hiện hai quan hệ khác nhau: chú - con, anh - tôi, bác - em... Ngoài ra, người Việt còn gọi nhau bằng tên con, tên cha. (bố thằng Minh, ông thằng Hải, bà cái Huệ...) hay bằng thứ tự sinh (Cả, Hai, Ba, Tư, Năm...).

- Thứ ba, cách xưng hô của người Việt thể hiện tính tôn ti rất cao. Nguyên tắc xưng hô của người Việt Nam là xưng khiêm hô tôn (g mình thì khiêm nhường còn gọi đối tượng giao tiếp thì tôn kính). Có giao tiếp với nhau, cả hai người đều tự xưng mình là em và gọi người kia là anh/chị. Chính vì xuất phát từ việc tôn trọng, đề cao nhau mà hình thành nên tục lệ kiêng tên riêng của nhau. Trong gia đình, việc đặt tên cho con không được trùng với tên của những người bề trên trong gia đình, thậm chí là trong dòng họ. Việc này được coi là "phạm húy" và không được chấp nhận.

Cách thức nói năng lịch sự của người Việt cũng rất phong phú. sự linh hoạt trong giao tiếp nên người Việt không có một từ cảm xin lỗi chung chung cho mọi trường hợp như người phương Tây. Tùy thuộc vào từng bối cảnh cụ thể, từ cảm ơn, xin lỗi được sử dụng cách khác nhau: cháu xin chú (cảm ơn khi được nhận quà), chị bày vẽ quá (cảm ơn khi được đón tiếp nồng hậu), quý hoá quá (bày tỏ sự cảm ơn khi có người khác tới thăm mình), em được hôm nay là do một tay anh đấy (cảm ơn khi nhận được sự giúp đỡ)... Đối với lời xin lỗi cũng vậy, người ta sẽ không nói thẳng là "xin lỗi" mà dùng những cách nói khác như: tôi rất lấy làm tiếc, giá như tôi cẩn thận hơn, mong sao anh hiếu được sự áy náy của tôi...

CÂU HỎI

1. Phong cách giao tiếp là gì? Đâu là những yếu tố tạo nên phong cách giao tiếp của một cá nhân?

2. Người quản lý cần xây dựng phong cách giao tiếp của mình hay không? Vì sao?

3. Trình bày các loại phong cách giao tiếp cơ bản.

4. Nên sử dụng kết hợp các loại phong cách như thế nào trong giao tiếp để hướng đến thành công?

5. Sự thay đổi vị trí sẽ dẫn đến việc cần thay đổi phong cách giao tiếp. Thực hiện điều này có dễ dàng hay không? Vì sao?

6. Phân tích một vài điểm đặc trưng trong phong cách giao tiếp của sinh viên Việt Nam.

7. Sưu tầm các câu ca dao, tục ngữ mô tả phong cách giao tiếp của người Việt.

PHẦN TÓM TẮT

- Phong cách giao tiếp là hệ thống những lời nói, cử chỉ, điệu bộ. động tác, các ứng xử tương đối ổn định của mồi con người hoặc mồi nhóm người trong giao tiếp. Phong cách giao tiếp có những dấu hiệu cơ bản sau: (1) Hệ thống những phương pháp, thủ thuật tiếp nhận, phản ứng hành động tương đối ổn định, bền vững của cá nhân, giúp con người hoạt động và ứng xử. (2) Hệ thống các phương pháp, thủ thuật quy định những đặc điểm khác biệt giữa các cá nhân. (3) Hệ thống các phương tiện có hiệu quả giúp cá nhân thích nghi với những thay đổi của môi trường (nhất là môi trường xã hội).

- Phong cách giao tiếp có ba đặc trưng cơ bản: tính ổn định, tính chuẩn mực và tính linh hoạt. (1) Tính ổn định của phong cách giao tiếp biểu hiện ở chỗ, phong cách giao tiếp của mỗi người, mỗi nhóm người là tương đối như nhau trong những tình huống giao tiếp khác nhau và được quy định bởi những yếu tố cơ bản là: đặc điểm thể chất của cá nhân, nghề nghiệp, đặc trưng của thời đại. (2) Giao tiếp là một hành vi xã hội phổ biến ở con người. Nó được quy định bởi các chuẩn mực xã hội như đạo đức, văn hóa, thẩm mỹ, pháp luật; bởi phong tục, tập quán, truyền thống, lễ giáo và các nguyên tắc khác được ấn định trong giao tiếp. Do đó, trong phong cách giao tiếp của con người đòi hỏi phải có tính chuẩn mực. (3) Trong phong cách giao tiếp của mỗi con người, bên cạnh những yếu tố ổn định, khó thay đổi, còn có những yếu tố được thay đổi theo tình huống giao tiếp, chúng giúp con người đó có những lời nói, cử chỉ, điệu bộ phù hợp với tình huống giao tiếp cụ thể. Điều này thể hiện tính linh hoạt của phong cách giao tiếp.

- Căn cứ vào những nét nổi trội, điển hình có thể chia thành ba loại phong cách giao tiếp cơ bản: phong cách dân chủ, phong cách độc đoán và phong cách tự do. (1) Phong cách giao tiếp dân chủ biểu hiện qua những nét nối bật: bình đẳng, gần gũi, thoải mái, tôn trọng đối

tượng giao tiếp, chú ý đến đặc điểm tâm lí cá nhân của họ, lắng nghe đối tượnc giao tiếp. (2) Phong cách giao tiếp độc đoán thường đề cao nguyên tắc, đòi hỏi ranh giới phải được tôn trọng, hành động một cách cứng rắn, kiên quyết, đánh giá và ứng xử mang tính đơn phương, một chiều, cứng nhắc, xuất phát từ ý của mình, ít chú ý đến người khác, vì vậy không ít người ngại tiếp xúc với họ. (3) Người có phong cách giao tiếp tự do thường biểu hiện những đặc điểm sau: hành vi, lời nói, ứng xử, thái độ bị chi phối nhiều bởi tâm trạng, cảm xúc và tình huống, mục đích, nội dung và đối tượng giao tiếp thường dễ dàng thay đổi, quan hệ giao tiếp rộng nhưng hời hợt, không sâu sắc. Ba loại phong cách giao tiếp nêu trên đều có những mặt yếu và mặt mạnh. Không có phong cách nào là tối ưu cho mọi trường hợp. Điều này đòi hỏi chủ thể khi giao tiếp phải biết kết hợp cả ba loại phong cách giao tiếp và tùy thuộc vào tình huống cụ thể mà thể hiện phong cách giao tiếp tối ưu nhất.

- Khi nói đến văn hoá giao tiếp của người Việt, người ta thường chú ý đến một số đặc trưng sau: người Việt Nam vừa thích giao tiếp nhưng vừa rụt rè; trong giao tiếp, người Việt Nam coi trọng tình cảm và lây tình cảm là nguyên tắc ứng xử, người Việt Nam có thói quen ưa tìm hiểu, quan sát, đánh giá; người Việt Nam rất trọng danh dự trong giao tiếp; người Việt Nam ưa sự tế nhị, ý tứ và trọng sự hoà thuận.

CHƯƠNG 6 MỘT SỐ KỸ NĂNG GIAO TIẾP CƠ BẢN

1. Một số vấn đề lý luận cơ bản về kỹ năng giao tiếp

1.1. Kỹ năng

a. Khái niệm kỹ năng

Theo Việt Nam Tự điển thì "kỹ" có nghĩa là "nghề" trong từ "kỹ nghệ", có nghĩa là "khéo, đến nơi đến chốn, mất nhiều công phu" trong từ "kỹ càng, kỳ lưỡng"; "năng" có nghĩa là "tài giỏi" trong từ "năng thần: bề tôi tài giỏi", có nghĩa là "có thể làm được" trong từ "năng lực".

Theo từ điển tiếng Việt, kỹ năng là "thói quen áp dụng vào thực tiễn những kiên thức đã học hoặc là những kết quả của quá trình luyện tập"

Trong tiếng Anh, kỹ năng được dịch thành "skill". Từ điển Oxfo định nghĩa "skill" là khả năng tìm ra giải pháp cho một vấn đề nào đó và có được nhờ rèn luyện.

Theo từ điển Giáo dục học, kỹ năng là "khả năng thực hiện đủns hành động, hoạt động phù hợp với những mục tiêu và điều kiện cụ thể tiến hành hành động ấy cho dù đó là hành động cụ thể hay hành động trí tuệ".

Theo từ điển Tâm lý học do tác giả Vũ Dũng biên soạn, kỳ năng là "năng lực vận dụng có kết quả những tri thức về phương thức hà động đã được chủ thể lĩnh hội để thực hiện những nhiệm vụ tương ứng ở mức độ kỹ năng, công việc được hoàn thành trong điều kiện

hoàn cảnh không thay đổi, chất lượng chưa cao, thao tác chưa thuần thục và còn phải tập trung chú ý căng thẳng. Kỹ năng được hình thành qủa luyện tập ". [2]

Trong từ điển Tâm lý học của A.M. Colman, "Kỹ năng là sự thô thạo, hiểu biết chuyên môn sâu, là khả năng đạt được thành tích trong một lĩnh vực nhất định; cụ thể là một cách thức thực hiện hành vi có sự phối hợp, có tổ chức, đạt được thông qua sự huấn luyện thực hành ".

Có thể thấy khái niệm kỹ năng được nhìn nhận từ nhiều góc độ khác nhau. Việc làm rõ những điểm chung và những điểm khác biệt trong từng khái niệm nhằm đi đến một cách hiểu nhất quán về kỹ năng được sử dụng trong tài liệu này là hết sức cần thiết.

Trên bình diện của Tâm lý học, có hai quan điểm khác nhau về kỹ năng:

* Quan niệm thứ nhất xem kỹ năng là mặt kỹ thuật của thao tác, hành động, hoạt động

Từ điển Tâm lý học của Mỹ do tác giả J.p. Chaplin chủ biên (1968) định nghĩa kỹ năng là "thực hiện một trật tự cao cho phép chủ thể tiến hành hành động một cách trôi chảy và đúng đắn.

Tác giả Trần Trọng Thủy (1978) trong "Tâm lý học lao động" cũng nói rằng kỹ năng là mặt kỹ thuật của hành động, con người nắm được cach hành động tức là có kỹ thuật của hành động, có kỹ năng.

Các tác giả Nguyễn Hữu Nghĩa, Triệu Xuân Quýnh, Bùi Ngọc Oánh cho rằng: "Kỹ năng là những hành động được hình thành do sự bắt chước trên cơ sở của tri thức mà có, chúng đòi hỏi sự tham gia thường xuyên của ý thức, sự tập trung chủ ý, cần tiêu tốn nhiều năng lượng của cơ thể. Các tác giả cũng viết: kỹ năng cũng có những đặc điểm khác nữa là "hành động chưa được khái quát, do thao tác chưa chỉnh xác nên vai trò kiêm soát của thị giác là quan trọng".

Thế nhưng, cách hiểu kỹ năng như trên có hai vấn đề cần xem xét. Thứ nhất, đây là sự mô tả chính xác chỉ đối với những kỹ năng đơn mà thao tác có thể quan sát được. Riêng các kỹ năng phức tạp thì nó đòi hỏi phải có sự nỗ lực trí tuệ căng thẳng và khó có thể tự động được. Thứ hai, nếu quan niệm kỹ năng chỉ là các kỹ năng đơn giản thì khi giải quyết mối quan hệ giữa kỹ năng và năng lực sẽ đưa đến sự không lý giải được vấn đề cấu trúc năng lực và sự hình thành năng lực. Rõ ràng, kỹ năng đơn giản chưa thể được xem là năng lực, khi đó kỹ năng chỉ là một điều kiện cần chứ chưa phải là điều kiện đủ của năng lực.

* Quan niệm thứ hai xem kỹ năng là biêu hiện của năng lực con người

Từ điển Tiếng Nga (1968) định nghĩa: kỹ năng khả năng làm một cái gì đó, khả năng này được hình thành bởi tri thức, kinh nghiệm.

Hai nhà nghiên cứu K.K. Platonov và G.G. Golubev (1977) cũng cho rằng kỹ năng là năng lực của một người thực hiện công việc có kết quả với một chất lượng cần thiết trong những điều kiện mới và trong một khoảng thời gian tương ứng. Đồng thời, “kỹ năng luôn được nhận thức. Cơ sở tâm lý của nó là sự hỉêu biết về mối quan hệ qua lại giữa mục đích hành động, các điều kiện và phương thức thực hiện hành động”.

A.v. Petrovxki cho rằng “Kỹ năng là cách thức cơ bản để chủ thể thực hiện hành động, thể hiện bởi tập hợp những kiến thức đã thu lượm được, những thói quen và kinh nghiệm ”. Cụ thể hơn, tác giả viết: “Năng lực sử dụng các dữ kiện, các tri thức hay kinh nghiệm đã có, năng lực vận dụng chúng để phát hiện những thuộc tỉnh bản chất của các sự vật và giải quyết thành công những nhiệm vụ lý luận hay thực hành xác định, được gọi là kỹ năng”.

Từ điển Tâm lý học của Liên Xô cũ (1983) cũng định nghĩa: “kỹ năng là giai đoạn giữa của việc nắm vừng một phương thức hành động mới - cái dựa thêm một quy tắc (tri thức) nào đó và trên quá trình giải quyết một loạt các nhiệm vụ tương ứng với tri thức đó, nhưng còn chưa đạt đến mức độ kỹ xảo ”.

Như vậy, theo những quan điểm trên, kỹ năng đã được nhìn nhận ở cả những kỹ năng mang tính phức tạp. Kỹ năng cũng được khẳng định là năng lực vận dụng tri thức thì cũng đồng nghĩa với việc khẳng định kỹ năng là một mức độ của năng lực. Nói cách khác, một người có kỹ năng thì người đó đang hình thành một năng lực tương ứng với kỹ năng đó.

Chúng tôi cho rằng kỹ năng có nhiều dạng, có những kỹ năng kh đơn giản, nhưng cũng có những kỹ năng rất phức tạp. Những kỹ năng có thể chia thành những kỹ năng chung và những kỹ năng chuyên biệt. Đơn cử như trong công việc, những kỹ năng chung có thể kế đến là: kỹ năng quản lý thời gian, kỹ năng làm việc nhóm và kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng tự thúc đẩy bản thân và những kỹ năng khác, trong khi những kỹ năng chuyên biệt có thể hữu dụng chỉ trong một nghề nhất định, kỹ năng thường yêu cầu một hoàn cảnh và những tác động ngoại cảnh nhất định để đánh giá mức độ kỹ năng được thể hiện và được sử dụng. Một kỹ năng không bao giờ đứng riêng lẻ mà luôn có sự “tham gia ” các kỹ năng khác có liên quan.

Từ những quan điểm trên, cho thấy kỹ năng không chỉ là thao tác mà còn là biểu hiện của năng lực. Rõ ràng kỹ năng là sự thực hiện có kết quả một động tác nào đó hay một hoạt động phức tạp hơn bằng cách -P dụng hay lựa chọn những cách thức đúng đắn có tính đến những điều kiện nhất định. Nói khác đi, một người có kỹ năng hành động là phải nắm được và vận dụng đúng đắn các cách thức hành động nhằm thực nện hành động có kết quả. Mặt khác, có thể hiểu kỹ năng là năng lực của người thực hiện công việc có kết quả với một chất lượng cần thiết không những điều kiện mới và trong những khoảng thời gian tương ứng. Việc hình

thành kỹ năng bao hàm cả việc thông hiểu mối quan hệ qua lại giữa mục đích hành động, điều kiện và cách thức hành động. Kỹ năng là giai đoạn trung gian giữa việc nắm vững cách thức mới thực hiện hành động, dựa trên cơ sở của tri thức và sự vận dụng đúng những tri thức tương xứng trong quá trình hoàn thành các bài tập, nhưng chưa đạt tới mức độ kỹ xảo.

Như vậy cách xem xét kỹ năng nghiêng về năng lực của con người sẽ thực hiện các công việc có kết quả đã bao hàm cả quan niệm kỹ năng là kỹ thuật hành động trong đó, bởi chỉ khi sự vận dụng tri thức vào thực tiễn một cách thuần thục thì mới có được kết quả công việc có chất lượng. Trên cơ sở đó, "Kỹ năng là khả năng thực hiện có kết quả những hành động nào đó bằng cách vận dụng những tri thức, những kinh nghiệm đã có để hành động phù hợp với những điều kiện cho phép. Kỹ năng không chỉ đơn thuần về mặt kỹ thuật của hành động, mà còn là biểu hiện năng lực của con người".

b. Đặc điểm của kỹ năng

Khi nhắc đến kỹ năng, người ta thường hay đề cập đến một khái liệm "họ hàng" của nó là "kỹ xảo". Nhưng nếu như kỹ xảo có mức độ tham gia của ý thức ít, thậm chí trong nhiều trường hợp có khi không cam thấy có sự tham gia của ý thức và đôi khi có thể kiếm tra bằng cảm giác vận động, tầm tri giác được mở rộng thì kỹ năng có những đặc điểm riêng biệt sau đây:

- Trong kỹ năng, ý thức đóng vai trò tích cực và thường trực. Trong quá trình thực hiện một hành động, chủ thể thực hiện một kỹ năng nào thì chính chủ thể luôn sử dụng ý thức để nhận biết được các thao tác hành động cụ thể.

- Khi thực hiện kỹ năng, chủ thể phải sử dụng các loại tri giác khác nhau để kiểm tra các thao tác thực hiện.

- Trong kỹ năng, tuỳ vào từng mức độ kỹ năng của mỗi chủ thể mà các thao tác được thực hiện đầy đủ, chính xác đến mức độ nào. Tuy nhiên, khi thực hiện kỹ năng, thường những động tác thừa, động tác phụ chưa được loại trừ.

- Trong kỹ năng, có sự thống nhất giữa tính ổn định và tính linh hoạt: có nghĩa là kỹ năng không nhất thiết gắn liền với một đối tượng nhất định, mà trong trường hợp kỹ năng ở mức độ cao thì chủ thể có khả năng di chuyển linh hoạt và dễ dàng sang những đối tượng mới.

c. Mức độ kỹ năng

Mỗi nhà nghiên cứu có một cách phân chia khác nhau về mức độ của kỹ năng. Nhưng đa phần các tác giả đều phân chia kỹ năng thành năm mức độ từ những kỹ năng ban đầu đến kỹ năng đạt ở mức độ hoàn hảo.

Theo quan điểm của v.p. Bexpalko, có năm mức độ kỹ năng sau:

- Mức độ 1: Kỹ năng ban đầu

Người học đã có kiến thức về nội dung một dạng kỹ năng nào đó. và trong những tình huống cụ thể khi cần thiết, sẽ có thể tái hiện được những thao tác, hành động nhất định. Tuy nhiên, ở mức độ kỹ năng ban đầu này thì người học thường chỉ thực hiện được yêu cầu của kỹ năng này dưới sự hướng dẫn của người dạy.

- Mức độ 2: Kỹ năng mức thấp

Khác với mức độ 1, ở mức độ kỹ năng mức thấp, con người có thể tự thực hiện được những thao tác, hành động cần thiết theo một trình tự đã biết. Song, ở mức độ kỹ năng này, người học chỉ thực hiện được những thao tác, hành động trong những tình huống quen thuộc và chưa di chuyến được sang những tình huống mới.

- Mức độ 3: Kỹ năng trung bình

Ở mức này, con người tự thực hiện thành thạo các thao tác đã biết trong các tình huống quen thuộc. Tuy vậy, việc di chuyển của các kỹ năng sang tình huống mới còn hạn chế.

- Mức độ 4: Kỹ năng cao

Một sự khác biệt thể hiện kỹ năng ở mức độ cao là người học đã tự lựa chọn hệ thống các thao tác, các hành động cần thiết trong các tình huống khác nhau. Bên cạnh đó, người học đã biết di chuyển kỹ năng trong phạm vi nhất định.

- Mức độ 5: Kỹ năng hoàn hảo

Đây là mức độ cao nhất của kỹ năng. Khi đó, con người nắm được đầy đù hệ thống các thao tác, hành động khác nhau, biết chọn lựa những thao tác, hành động cần thiết và ứng dụng chúng một cách thành thạo trong các tình huống khác nhau mà không gặp khó khăn gì.

Trong từ điển rút gọn các khái niệm Tâm lý học của Nga và cũng là quan niệm của K.K. Platonov, G.G. Golubev, năm mức độ hình thành kỹ năng như sau:

Bảng 1: Bảng phân chia các mức độ kỹ năng theo quan điểm của K.K. Platonov và G. G. Golubev

STT	Các mức độ	Miêu tả
1	Mức độ 1	Có kỹ năng sơ đẳng, hành động được thực hiện theo cách thử và sai, dựa trên vốn hiểu biết và kinh nghiệm.
2	Mức độ 2	Biết cách thực hiện hành động nhưng không đầy đủ
3	Mức độ 3	Có những kỹ năng chung nhưng còn mang tính chất rời rạc, riêng lẻ.
4	Mức độ 4	Có những kỹ năng chuyên biệt để hành động
5	Mức độ 5	Vận dụng sáng tạo những kỹ năng trong các tình huống khác nhau.

d. Sự hình thành kỹ năng và các yếu tố ảnh hưởng đến sự hình thành kỹ năng

Kỹ năng được hình thành trong hoạt động và thông qua hoạt động. Để có thể hoạt động hiệu quả, con người phải có kỹ năng và kỹ năng chỉ có thể phát triển thông qua thực tiễn hoạt động. Tác giả Robert J. Sremberg (2003) ở Đại học Yale thừa nhận: "Thực chất của sự hình thành kỹ năng là tạo điều kiện để chủ thể nắm vững một hệ thống phức tạp các bước, các thao tác và làm sáng tỏ những thông tin chứa đự trong các tình huống, các nhiệm vụ và đối chiếu chúng với những hành động cụ thể"

Kỹ năng của cá nhân nói riêng, tâm lý con người nói chung đều được nảy sinh, hình thành và phát triển trong quá trình chủ thể tiến hành hoạt động. Do đó cần phải coi kỹ năng như là các đặc điểm của h động và có quan hệ với hành động, hoạt động của con người.

P.Ia. Galpêrin cho rằng cơ chế hình thành tri thức kỹ năng ở học sinh chính là cơ chế hình thành hành động trí óc qua từng giai đoạn với hai thành phần không ngang bằng nhau là phần định hướng và phát thực hiện, trong đó phần định hướng là phần quan trọng nhất trong chế tâm lý của hoạt động nhưng chỉ có sự thực hiện hành động mới nguồn gốc của các tri thức và là chuẩn chân lý của tính chân lý đối với phần định hướng.

Quá trình chuyển hóa của hành động từ bên ngoài vào bên trong hình thành tri thức, kỹ năng được xác định bởi các thông số sau đây:

- Một là hình thức hay mức độ thực hiện (có ba hình thức: h' động với đồ vật - vật thật hay vật chất hóa, hành động với lời nói hành động với lời nói thầm)
- Hai là tính khái quát
- Ba là độ thành thạo
- Bốn là tính rút gọn

Thông số đầu tiên xác định mức độ thực hiện, ba thông số còn xác định chất lượng hành động. Các giai đoạn cụ thể theo quan điểm của Galpêrin là thiết lập cơ sở định hướng hành động; hành động với vật thật hay vật chất hóa, hành động ngôn ngữ bên ngoài (hình thức to hoặc viết); hành động với lời nói thầm; hành động trí óc.

Như vậy hành động vật chất đã chuyển thành ngôn ngữ bên trong và cuối cùng trở thành ngôn ngữ bên trong được khái quát và rút gọn. Hành động chuyển từ ngoài vào trong là qua từng giai đoạn. Ở mỗi đoạn, cấu trúc của hành động được tổ chức lại ngày một khái quát và rút gọn hơn nhưng vẫn giữ được nội dung vật chất ban đầu của hành động. Hay nói cách khác, sau khi chủ thể tiến hành hành động qua đầy đủ các giai đoạn nói trên thì "tri thức" (hay sự hiểu biết về các đồ vật) sẽ được nảy sinh trong quá trình hành động vật chất với các đồ

vật, còn bản thân các hành động này khi được hình thành thì chúng sẽ trở thành các kỹ năng. [Galperin, Daporogiet, Elconin, Những vấn đề hình thành tri thức à kỹ năng cho học sinh và những phương pháp dạy học mới ở trường mổ thông (bản tiếng Nga), M, 1963]

Theo tác giả Vũ Dũng thì sự hình thành kỹ năng trải qua ba giai đoạn:

Giai đoạn 1: Người học lần đầu làm quen với vận động và lần đầu lĩnh hội nó. Sự học vận động bắt đầu từ việc phát hiện các thành phần của vận động - tập hợp các thành tố vận động, trình tự thực hiện và mối liên kết của chúng. Việc làm quen này diễn ra trên cơ sở người học được xem trình diễn lại, thuật lại, giảng giải và quan sát một cách trực quan quá trình thực hiện vận động.

Pha tiếp theo của giai đoạn thứ nhất đòi hỏi nhiều nỗ lực. Người học phải lặp lại vận động nhiều lần để nắm được bức tranh bên trong của vận động. Đồng thời học bản mã hóa những tín hiệu từ các mệnh lệnh. Việc tích lũy "những từ điển chuyển mã" là một trong những sự kiện quan trọng nhất của giai đoạn này. Cần phải lặp đi lặp lại nhiều lần để người học có thể tìm được "bảng mã" trong bất kỳ phương án nào của vận động, kể cả khi có sự lệch chuẩn.

Giai đoạn 2: Giai đoạn tự động hóa vận động: Ở đây các thành phần chủ đạo của vận động được giải phóng từng phần hoặc hoàn toàn khỏi sự liên quan đến nó, thoát khỏi sự kiểm soát của ý thức và sự "thoát khỏi" :"này có thể và cần có sự trợ giúp

Giai đoạn 3: Diễn ra sự "mài bóng" kỹ năng nhờ quá trình ổn định ika à tiêu chuẩn hóa. Trong quá trình ổn định hóa, kỹ năng đạt được irbên vững và không bị phá hủy trong bất kỳ tình huống nào. Trong pia trình tiêu chuẩn hóa, kỹ năng dần được định khuôn nhờ lặp đi lặp lại vận động nhiều lần.

Qua đó, trong quá trình hình thành và phát triển kỹ năng cần chú ý một số vấn đề:

- Không tách rời kỹ năng ra khỏi hành động mà phải coi kỹ năng là những đặc điểm, những trình độ khác nhau của hành động.

- Để đảm bảo sự điều khiển quá trình học tập, lĩnh hội tri thức, hình thành kỹ năng với các đặc tính đã đề ra thì cần phải có hai điều kiện là thiết lập cơ sở định hướng hành động và sự tuân thủ theo các giai đoạn hình thành hành động.

- Hành động không thể bắt đầu từ sự tri giác hay ghi nhớ đối tượng mà phải bắt đầu từ sự triển khai các thao tác thực tiễn lên đối tượng, cụ thể là hành động với vật thật hay vật chất hóa. Chính trong quá trình thao tác đó, một mặt bản chất của đối tượng được bộc lộ và nhận thức, mặt khác nó được biến đổi qua nhiều lần "ướm thử" với các thao tác đè cuối cùng tạo ra sản phâm phù hợp với logic các thao tác hành động.

- Cơ chế của việc hình thành một hành động tâm lý mới nói chung là tuân theo các bước chuyển hóa từ ngoài vào trong theo lý thuyết của Galpêrin

- Tiêu chuẩn để đánh giá kết quả luyện tập hành động với các vật liệu khác nhau là độ thuần thục, khái quát và tính sáng tạo linh hoạt. Sản phẩm cuối cùng của quá trình này là biến hành động thành các kỹ năng (đối với các hành động phức tạp), kỹ xảo (đối với các hành động đơn giản) tức là thành phương tiện hay khả năng để thực hiện các hành động.

Vì vậy, muốn hình thành kỹ năng, cần thực hiện được các yêu cầu cơ bản sau:

- Giúp chủ thể biết cách tìm tòi và từ đó nhận biết những thông tin đã biết, chưa biết cần phải thu thập cũng như mối quan hệ giữa chúng.

- Giúp chủ thể hình thành một mô hình khái quát để giải quyết nhiệm vụ. Đồng thời, trên cơ sở đó, chủ thể có sự liên tưởng đến các đôi tượng cùng loại.

- Giúp chủ thể xác lập được mối liên hệ giữa mô hình khái quát và các kiến thức tương ứng để từ đó có thể tự chọn lựa được những thao tác, hành động đúng đắn và phù hợp để hoàn thành những nhiệm vụ khó khăn và phức tạp hơn nảy sinh trong các trường hợp khác.

Để hình thành được một kỹ năng hay làm cho quá trình hình thành kỹ năng hiệu quả, cần chú ý đến các yếu tố tác động hay ảnh hưởng đến sự hình thành kỹ năng. Có thể nhận thấy sự hình thành kỹ năng chịu sự ảnh hưởng của các yếu tố sau đây:

- Nội dung của nhiệm vụ

Nội dung nhiệm vụ đặt ra được trừu tượng hoá sẵn hay bị che phủ, bị những yếu tố phụ nào đó làm lệch hướng tư duy và ảnh hưởng đến hình thành kỹ năng.

Chính vì thế, để hình thành kỹ năng hiệu quả, cần thiết lập thao tác xác định nội dung của nhiệm vụ sao cho thật rõ ràng và cụ thể. Nhất ĩn ết cần trả lời những câu hỏi như: nhiệm vụ đó là nhiệm vụ gì, thực hiện nhiệm vụ đó nghĩa là thực hiện những yêu cầu cụ thể nào.

Tâm thế và thói quen của chủ thể

Một minh chứng rõ nét nhất về sự ảnh hưởng của tâm thế đến sự thành kỹ năng là những học sinh đã sẵn sàng tham gia vào việc học c một môn học thì sẽ dễ dàng hình thành những kỹ năng liên quan đến môn học này. Vì thế, tạo ra một tâm thế thuận lợi, tích cực sẽ giúp chủ lẽ hình thành kỹ năng một cách dễ dàng hơn.

Ngoài ra, yếu tố thói quen đôi khi là một yếu tố thuận lợi, nhưng cũng có thể là một yếu tố bất lợi trong một số trường hợp cần hình thành kỹ năng. Do vậy, khi hình thành kỹ năng, cần chú ý đến việc phát huy những thói quen sẽ hỗ trợ cho việc hình thành kỹ năng và tiến hành làm thay đổi một thói quen nào đó nếu nó là yểu tố cản trở cho quá trình tn thành kỹ năng.

- Khả năng tư duy

Trong quá trình thực hiện một nhiệm vụ, thông thường chủ thể phải đụng rất nhiều những thao tác tư duy như phân tích, tổng hợp,... để nhận biết nội dung nhiệm vụ. Do vậy, khả năng phân tích, khái quát đối tượng,... tốt thì quá trình hình thành kỹ năng sẽ diễn ra nhanh chóng và dễ dàng hơn.

Do vậy, khi hình thành kỹ năng, cũng cần phải lưu ý đến nội dung vụ, các yếu tố thuộc về chủ thế như: tâm thế, thói quen, khả năng tư duy. Cũng cần chú ý rằng những khó khăn trong việc hình thành một lãng nào đó là làm cách nào để chủ thể nhận dạng được các kiểu nhiệm vụ, tìm kiếm, phát hiện những thuộc tính và những mối quan hệ vốn có trong từng nhiệm vụ để lựa chọn và sử dụng đúng đắn, phù hợp những thao tác, hành dộng, thực hiện mục đích nhất định.

Vấn đề giao tiếp không những là nhu cầu của mỗi cá nhân trong xã hội mà nó còn đóng vai trò quan trọng trong hình thành nhân cách của cá nhân thông qua các mối quan hệ xã hội. Vì vậy vấn đề giao tiếp cũng như kỹ năng giao tiếp đã được nhiều nhà nghiên cứu quan tâm. Có thể điểm qua vài nghiên cứu về vấn đề trên ở trong nước và ngoài nước.

1.2. Kỹ năng giao tiếp

a. Khái niệm kỹ năng giao tiếp

Kỹ năng giao tiếp tốt là cơ sở cho việc giao tiếp có hiệu quả. Để rèn luyện kỹ năng giao tiếp tốt cần thông qua rèn luyện hiệu quả những kỹ năng giao tiếp cụ thể. Dưới đây là các quan điểm về kỹ năng giao tiếp cũng như những kỹ năng giao tiếp cụ thể có thể kể đến.

Tiếp cận ở khía cạnh kỹ năng xã hội, các tác giả Michelson, Sugai, Wood và Kazdin (1983) chỉ ra sáu yếu tố chính là trung tâm của khái niệm kỹ năng xã hội:

- Được học hỏi.
- Bao gồm các ứng xử cụ thể bằng lời và không lời.
- Đòi hỏi sự bắt đầu và phản hồi thích hợp.
- Tối đa hóa sự tưởng thưởng có giá trị từ những người khác.
- Đòi hỏi phải thực hiện ở thời điểm thích hợp và kiểm soát các hành vi cụ thể.
- Bị ảnh hưởng bởi các yếu tố ngữ cảnh.

Do đó, kỹ năng giao tiếp, theo nhóm tác giả trên, có thể hiểu đó kỹ năng được hình thành qua giáo dục, rèn luyện bao gồm các hành ứng xử thích hợp bằng lời và không lời trong những tình huống, h cảnh cụ thể nhằm đạt hiệu quả cao trong giao tiếp với người khác

Tác giả Savignon (2001) đã đề cập trong lý thuyết dạy giao tiếp bốn yếu tố cấu thành nên năng lực giao tiếp:

- Năng lực về ngôn ngữ (Grammatical Competence)

- Năng lực về văn hoá và xã hội (Sociocultural Competence)

- Năng lực về ngôn bản (Discourse Competence)

- Năng lực về chiến lược giao tiếp (Strategic Competence)

Trong đó tác giả nhấn mạnh vào vai trò của các chiến lược giao tiếp hay năng lực giao tiếp “Strategic Competence” trong việc học ngoại ngữ. Nó cần thiết ngay từ lúc ban đầu học ngoại ngữ và là một trong thành phần cấu tạo nên một nền tảng cần thiết để xây dựng năng lực giao tiếp cùng với những năng lực khác.

Theo Savignon, việc đề xuất các hoạt động cá nhân, theo cặp và theo nhóm để tạo ra môi trường học ngôn ngữ đa dạng sẽ giúp cho người học có nhiều cơ hội tham gia vào quá trình học, từ đó xây dựng động cơ học tích cực, chủ động, tạo niềm tin và hứng thú cho bản thân uong việc học giao tiếp. Nói một cách khác, thông qua thực hành và kinh nghiệm trong những những ngừ cảnh và sự kiện xã hội thực tế (social interaction activities), người học dần dần mở rộng năng lực giao tiếp của họ

Theo tác giả Nguyễn Văn Đồng thì kỹ năng giao tiếp là năng lực vận dụng có hiệu quả những tri thức về quá trình giao tiếp, về những yếu tố tham gia và tác động tới quá trình này cũng như sử dụng có hiệu quả và phối hợp hài hòa các phương tiện giao tiếp ngôn ngữ, phi ngôn ngữ và phương tiện kỹ thuật để đạt mục đích đã định trong giao tiếp. [5]

Như vậy, kỹ năng giao tiếp bao gồm các yếu tố:

- Tri thức về quá trình giao tiếp tương đối hệ thống

- Xác định rõ chủ thể giao tiếp, môi trường giao tiếp, mục đích giao tiếp...

- Sử dụng phương tiện ngôn ngữ, phi ngôn ngữ và phương tiện kỹ thuật khác hiệu quả

Nhóm tác giả Hoàng Anh, Đồ Thị Châu, Nguyễn Thạc cho rằng kỹ năng giao tiếp là khả năng nhận thức nhanh chóng những biểu hiện bên ngoài và những biểu hiện tâm lý bên trong của đối tượng và bản thân của chủ thể giao tiếp; là khả năng sử dụng hợp lý các phương tiện ngôn ngữ và phi ngôn ngữ, biết cách tổ chức điều chỉnh, điều khiển quá trình trực tiếp nhằm đạt mục đích giao tiếp.

Trong khi thể hiện kỹ năng giao tiếp, hệ thống những thao tác, cử chỉ điệu bộ, hành vi (kể cả hành vi ngôn ngữ) được chủ thể giao tiếp phối hợp hài hòa, hợp lý nhằm bảo đảm đạt kết quả cao trong hoạt động giao tiếp, với sự tiêu hao năng lượng tinh thần và cơ bắp ít nhất, trong những điều kiện thay đổi. Do vậy, kỹ năng giao tiếp thực chất là sự phối hợp phức tạp giữa những chuẩn mực hành vi xã hội của cá nhân với sự vận động của cơ mắt, ánh mắt, nụ cười (vận động môi miệng), tư thế đầu, cổ, vai, tay, chân, đồng thời với ngôn ngữ nói, viết của

chủ thể giao tiếp. Sự phối hợp hài hòa, hợp lý giữa các vận động mang nội dung tâm lý nhất định, phù hợp với mục đích, ngôn ngữ và nhiệm vụ giao tiếp c đạt được của chủ thể giao tiếp.

Kỹ năng giao tiếp hình thành qua các thói quen ứng xử được xâv dựng trong gia đình; từ vốn sống, kinh nghiệm cá nhân qua tiếp xúc vói mọi người, trong các quan hệ xã hội; từ rèn luyện trong môi trường qua các lần thực hành giao tiếp.

Theo tác giả Nguyễn Ngọc Lâm thì kỹ năng giao tiếp là khả năns nhận biết nhanh chóng những biểu hiện bên ngoài và đoán biết diễn biến tâm lý bên trong của con người (với tư cách là đối tượng giao tiếp) trong quá trình giao tiếp, đồng thời biết sử dụng ngôn ngữ có lời vi không lời, biết cách định hướng để điều chỉnh và điều khiển quá trình giao tiếp nhằm đạt mục đích đã định. [9]

Dưới góc độ giao tiếp sư phạm, tác giả Nguyễn Đình Chỉnh cho rằng kỹ năng giao tiếp sư phạm thể hiện việc chủ thể (nhà sư phạm) biết cách tiến hành hoạt động tư duy đúng đắn để giải quyết hợp lý nhiệm vụ trong toàn bộ hành động giao tiếp sư phạm khi thực thi cac tác động giáo dục - đào tạo của nhà trường. Do đó, kỹ năng giao tiếp phạm có cấu trúc gồm các yếu tố sau:

- Biết định hướng đúng cho các quá trình giao tiếp sư phạm trước khi tiến hành tiếp xúc, khi bắt đầu tiếp xúc và trong toàn bộ tiến trình giao tiếp theo những mục tiêu đã định.

- Biết căn cứ vào những dấu hiệu bề ngoài và ngôn ngữ, cử chi. hành động cũng như ánh mắt của học sinh mà nhận ra được những đặc trưng tâm lý cơ bản trong nhân cách của học sinh.

- Biết điều khiển quá trình giao tiếp của mình với mọi đối tương, thế hiện ở việc chủ thể biết quan sát, biết lắng nghe, biết xử lý thông tia biết điều khiển đối tượng giao tiếp,...

- Biết sử dụng các phương tiện giao tiếp ngôn ngữ, phi ngôn ngữ để giải quyết tốt nhiệm vụ giao tiếp cũng như nhiệm vụ giáo dục - đào tạo.

Như vậy, kỹ năng giao tiếp là khả năng vận dụng hiệu quả các tri thức và kinh nghiệm về giao tiếp, các phương tiện ngôn ngữ và phi ngôn ngữ vào trong những hoàn cảnh khác nhau của quá trình giao tiếp nhằm đạt mục đích giao tiếp.

Do vậy, để đánh giá cũng như để hình thành kỹ năng giao tiếp cần dựa vào những khía cạnh, những biểu hiện cụ thể của nó. Các khía cạnh, các biểu hiện đó có thể là:

- Khả năng sử dụng phương tiện giao tiếp

- Khả năng hiểu được ngôn ngữ không lời

- Khả năng linh hoạt trong từng tình huống giao tiếp

- Khả năng nhận thức đối tượng giao tiếp

- Khả năng điều khiển đối tượng giao tiếp...

b. Phân loại các kỹ năng giao tiếp

Kỹ năng giao tiếp bao gồm nhiều nhóm kỹ năng cụ thể tùy thuộc pao cách tiếp cận theo những tiêu chí khác nhau.

V.P. Dakharov dựa vào trật tự các bước tiến hành của một pha giao tiếp thì cho rằng để có kỹ năng giao tiếp thì cần có:

- Kỹ năng thiết lập mối quan hệ trong giao tiếp
- Kỹ năng biết cân bằng nhu cầu của chủ thể và đối tượng giao tiếp
- Kỹ năng nghe và biết lắng nghe
- Kỹ năng tự chủ cảm xúc và hành vi
- Kỹ năng tự kiềm chế và kiểm tra đối tượng giao tiếp
- Kỹ năng diễn đạt dễ hiểu, ngắn gọn, mạch lạc
- Linh hoạt mềm dẻo trong giao tiếp
- Kỹ năng thuyết phục đối tượng giao tiếp
- Kỹ năng điều khiển quá trình giao tiếp
- Sự nhạy cảm trong giao tiếp

A. Cubanova và M. Rakhmatulia thì cho rằng một quá trình giao tiếp sư phạm gồm ba thành phần lớn:

- Nhóm các kỹ năng định hướng trước khi giao tiếp sư phạm
- Nhóm các kỹ năng tiếp xúc xảy ra trong quá trình giao tiếp sư phạm
- Nhóm các kỹ năng hướng quá trình giao tiếp sư phạm đến các định hướng giá trị khác nhau mà giáo viên cần hướng đến

Do đó theo các tác giả này thì các kỹ năng giao tiếp trong các thành phần trên bao gồm:

- Kỹ năng nhìn thấy, nghe được các trạng thái của học sinh
- Kỹ năng tiếp xúc, hiểu biết lẫn nhau
- Kỹ năng tố chức, điều khiến quá trình giao tiếp

Cũng theo tác giả Nguyễn Văn Đồng thì kỹ năng giao tiếp có thẻ phân loại thành kỹ năng giao tiếp ngôn ngữ, kỹ năng giao tiếp phi ngôn ngữ và kỹ năng giao tiếp liên nhân cách, trong đó:

- Kỹ năng giao tiếp ngôn ngữ chia thảnh kỹ năng giao tiếp nói và kỹ năng lắng nghe, kỹ năng diễn đạt và kỹ năng giao tiếp bằng văn bản, kỹ năng phân tích tình huống, kỹ năng tổ chức thông tin và kỹ năng trình bày văn bản.

- Kỹ năng giao tiếp phi ngôn ngữ bao gồm kỹ năng ăn mặc, kỹ năng kiếm soát tư thế, cử chỉ, kỹ năng kiểm soát biểu hiện nét mặt, cái nhìn và kỹ năng kiểm soát lĩnh vực phi ngôn ngừ của lời nói.

- Kỹ năng giao tiếp liên nhân cách gồm hai nhóm:

Nhóm kỹ năng điều chỉnh sự phù hợp, cân bằng trong giao tiếp gồm sự nhạy cảm trong giao tiếp, kỹ năng tạo dựng quan hệ, kỹ năng câm bằng nhu cầu của bản thân và của đối tượng giao tiếp, kỹ năng linh hoạ mềm dẻo trong giao tiếp và kỹ năng tự chủ cảm xúc, hành vi.

Nhóm kỹ năng đóng vai trò tích cực chủ động trong giao tiếp gồ kỹ năng chủ động điều khiển quá trình giao tiếp, kỹ năng thuyết phục đối tượng giao tiếp và kỹ năng kiềm chế, kiểm tra người khác.

- Nhóm kỹ năng định hướng

- Nhóm kỹ năng định vị

- Nhóm kỹ năng điều chỉnh, điều khiển

* Nhóm kỹ năng định hướng

Kỹ năng định hướng là kỹ năng tri giác ban đầu về các biểu hiện bên ngoài (hình thức, động tác, cử chỉ, ngôn ngữ...) trong thời gian và không gian giao tiếp, để xác định động cơ, tâm trạng, nhu cầu, mục đích, sở thích của đối tượng giao tiếp. Người có kỹ năng tri giác tốt có thể dễ dàng phát hiện sự không ăn khớp giữa lời nói và ngôn ngữ của thân thể. Do vậy nhóm kỹ năng định hướng được biểu hiện ở khả năng dựa vào sự biểu cảm, ngữ điệu, thanh điệu của ngôn ngữ, cử chỉ, động tác thời điểm và không gian giao tiếp để phán đoán nhân cách cũng như mối quan hệ của chủ thể giao tiếp.

Kỹ năng định hướng giao tiếp có vai trò quan trọng, quyết định thái độ và hành vi của chủ thể giao tiếp khi tiếp xúc với đối tượng giao tiếp. Mô hình nhân cách của đối tượng giao tiếp đúng là những định hướng cho chủ thể trong suốt quá trình giao tiếp và sẽ đem lại hiệu quả cho quá trình giao tiếp.

Nhóm kỹ năng định hướng bao gồm:

- Kỹ năng đọc trên nét mặt, cử chỉ, hành vi, lời nói

Nhờ tri giác tinh tế và nhạy bén các trạng thái tâm lý qua nét mặt, cử chỉ, ngữ điệu, âm điệu của lời nói mà chủ thể giao tiếp có thể phát triển chính xác, đầy đủ thái độ của đối tượng. Những động tác biểu cảm không chỉ thể hiện ở các cơ mặt mà còn ở các cơ bắp khác trong cơ thể như tay, chân... Do vậy, việc tri giác những biểu cảm bên ngoài là cần thiết, song điều quan trọng hơn là biết dựa vào đó để nhận xét, đánh giá và phán đoán đúng nội tâm của đối

tượng giao tiếp, nghĩa là chuyển từ giác bên ngoài vào nhận biết bản chất bên trong của nhân cách.

- Kỹ năng chuyển từ tri giác bên ngoài và nhận biết bản chất bên trong của nhân cách.

Sự biểu hiện các trạng thái tâm lý của con người qua ngôn ngữ và điệu bộ là vô cùng phức tạp. Cùng một trạng thái cảm xúc nhưng có thể biểu lộ bằng ngôn ngữ và điệu bộ khác nhau; hoặc ngôn ngữ, điệu bộ như nhau nhưng lại biểu hiện tâm trạng khác nhau. Do vậy, kỹ năng này giúp ta thông qua những dấu hiệu biểu hiện chung nhất về xúc cảm, qua biếu hiện bên ngoài mà có thể phán đoán đúng các trạng thái, đặc điểm tâm lý của đối tượng

- Kỹ năng định hướng trước khi tiếp xúc và trong quá trình tiếp xúc với đối tượng giao tiếp

Đây là khả năng phác thảo chân dung tâm lý của đối tượng cần tiếp xúc để thực hiện mục đích giao tiếp. Việc phác thảo chân dung tâm lý đối tượng giao tiếp nhằm có cơ sở cho sự ứng xử phù hợp để đem lại hiệu quả cao trong giao tiếp. Định hướng trước khi tiếp xúc là cơ sở để chủ thể khi bắt đầu giao tiếp có được thái độ thiện cảm, tự tin, tạo cảm giác thoải mái cho đối tượng giao tiếp, làm cho họ bộc lộ chân thực những đặc điểm tâm lý cá nhân của mình.

Định hướng trong quá trình giao tiếp là thiết lập các thao tác trí tuệ. tư duy và liên tưởng với vốn kinh nghiệm cá nhân một cách cơ độnơ. linh hoạt, mềm dẻo... ở chủ thể giao tiếp, đồng thời biểu hiện ra bên ngoài bằng phản ứng, hành vi, điệu bộ, cách nói năng, sao cho phù hợp với nhũng thay đổi liên tục về thái độ, hành vi, cử chỉ, nội dung, ngôt ngữ của đối tượng giao tiếp trong quá trình giao tiếp. Kỹ năng định hướng này phải dựa trên nền tảng của việc trả lời các câu hỏi sau: mục đích của việc giao tiếp được thực hiện là gì, những điều gì không dư vi phạm khi giao tiếp.

* Nhóm kỹ năng định vị

Kỹ năng định vị là khả năng xây dựng mô hình tâm lý, phác thảo chân dung nhân cách đối tượng giao tiếp đạt mức độ chính xác và tm đối ổn định dựa trên hoạt động nhận thức tích cực. Kỹ năng định vị biểu hiện ở khả năng xác định vị trí giao tiếp, biết đặt vị trí của mình vào trí của đối tượng để hiểu rõ vui, buồn cùng đối tượng và biết tạo điều kiện cho đối tượng chủ động giao tiếp với mình, từ đó tạo sự đồng ca hiểu biết lẫn nhau giữa chủ thể và đối tượng giao tiếp. Kỹ năng định đảm bảo cho sự đồng cảm, hiểu biết lẫn nhau giữa chủ thể và đối tượng giao tiếp.

Kỹ năng định vị là kỹ năng xây dựng những nội dung chủ yếu thuộc về nhóm dấu hiệu nhân cách và vị trí của đối tượng giao tiếp trong các quan hệ xã hội. Tính khái quát và tính cá

biệt được lưu ý khi xây dựng, phác thảo chân dung nhân cách đối tượng giao tiếp. Do vậy, để hình thành hoàn thiện và vận dụng hiệu quả kỹ năng này, cá nhân phải rèn luyện trong lĩnh vực nghề nghiệp, tiếp xúc nhiều với đối tượng giao tiếp, vận dụng tri thức, vốn kinh nghiệm sống của mình.

Kỹ năng định vị này phải dựa trên nền tảng của việc trả lời các câu hỏi sau: tôi là ai, người giao tiếp với tôi là ai, mối quan hệ này như thế lão... Kỹ năng này liên quan chặt chẽ đến việc hiểu về mình và hiểu về người khác trong quá trình giao tiếp đã phân tích trước đó.

* Nhóm kỹ năng điều khiển

Kỹ năng điều khiến là khả năng lôi cuốn, thu hút đối tượng giao tiếp, biết duy trì sự hứng thú, sự tập trung chú ý của đối tượng trên cơ chế xác định được nguyện vọng, hứng thú của đối tượng giao tiếp để chủ thể có khả năng làm chủ trạng thái cảm xúc của bản thân và biết cách sử dụng toàn bộ các phương tiện giao tiếp.

Nhóm kỹ năng điều khiển bao gồm các kỹ năng sau:

- Kỹ năng làm chủ trạng thái cảm xúc của bản thân

Kỹ năng này biểu hiện ở chồ biết tự kiềm chế, che giấu được tâm trạng của bản thân khi cần thiết, biết điều chỉnh và điều khiến các trạng thái tâm lý của mình và các cách thức tiến hành giao tiếp. Để từ đó, chủ thể có thể thể hiện điệu bộ, ánh mắt, hành vi... của mình, phản ứng phù hợp với đối tượng giao tiếp, với hoàn cảnh giao tiếp cũng như mục đích, nội dung, nhiệm vụ giao tiếp... Tuy nhiên để tự chủ hành vi, kiềm chế cảm xúc và tình cảm của mình một cách hợp lý, chủ thể cần hiểu được cầu của đối tượng, ý nghĩa thực sự của những biểu hiện bên ngoài của đối tượng giao tiếp.

Kỹ năng sử dụng phương tiện giao tiếp

Phương tiện giao tiếp của con người là ngôn ngữ và phi ngôn ngữ. Từ ngữ và ngữ điệu có tác động mạnh mẽ đến tình cảm của con người. Nhà sự phạm Xô Viết Xukhôlinxki đã viết: “Từ là sự tác động mạnh mẽ nhất đến trái tim, nó có thể trở nên mềm mại như bông hoa đang nở và nước thần, chuyển thành niềm tin và sự đôn hậu... một từ thông minh và hiền hòa tạo ra niềm vui, một từ ngu xuẩn hay tàn ác không suy nghĩ và không lịch sự đem lại sự thiếu tin tưởng, cổ vũ hoặc làm gian sức mạnh của tâm hồn”. Vì vậy, việc lựa chọn các từ ngữ một cách có văn hóa là rất quan trọng trong giao tiếp, từ ngừ phải phù hợp với tình huống giao tiếp. Ngoài ngôn ngữ diễn cảm thì tác phong, điệu bộ, nét mặt, cái nhìn, nụ cười... cũng có tác dụng bổ sung cho thái độ của chủ thể giao tiếp. Do vậy khi giao tiếp chủ thể cần phải làm chủ các phương tiện giao tiếp của mình thì mới thu được hiệu quả trong giao tiếp, ở đây, việc phân loại kỹ năng sử dụng các phương tiện giao tiếp này có thể trùng lặp với một vài cách phân loại

khác nhưng về cơ bản thì các yêu cầu của việc sử dụng hai nhóm phương tiện giao tiếp: có lời và không lời được đảm bảo thì chắc chắn rằng kỹ năng này đã được thực hiện một cách hiệu quả. Để việc sử dụng các phương tiện giao tiếp hiệu quả việc tìm hiểu về giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trở thành yêu cầu rất quan trọng (xem thêm chương 2).

Ngoài ra, xét trên bình diện xem giao tiếp như là một hoạt động và giao tiếp là một công cụ để làm việc thì có thể phân tích và đề cập đến các kỹ năng giao tiếp sau:

- Kỹ năng làm quen
- Kỹ năng lắng nghe
- Kỹ năng đặt câu hỏi
- Kỹ năng thuyết trình
- Kỹ năng giao tiếp qua điện thoại
- Kỹ năng giao tiếp trong môi trường làm việc đa dạng
- Kỹ năng thuyết phục
- Kỹ năng giải quyết xung đột
- Kỹ năng giao tiếp bằng thư tín

Có thể nói dưới góc độ khoa học thì các kỹ năng riêng lẻ này sẽ sự trùng lặp nhất định, nhưng xét trên bình diện giao tiếp là một hoạt động và là một quá trình thì việc phân tích các kỹ năng này sẽ dễ tạo ra sự định hướng để từng cá nhân có thể rèn luyện. Khi mở đầu cuộc giao tiếp chắc chắn phải có quá trình làm quen và mở đầu. Diễn biến của cuộc giao tiếp đòi hỏi phải biết lắng nghe, đặt câu hỏi cũng như sử dụng các "thanh công cụ" đặc trưng khác nhau. Trong quá trình giao tiếp cũng sẽ xảy ra những mâu thuẫn xung đột, sự khác biệt nên những năng tương ứng lại trở nên cần thiết. Kết thúc cuộc giao tiếp khi con người đạt được mục đích cũng như để tạo ra hiệu ứng lưu luyến thì những kỹ năng giao tiếp bằng điện thoại hay thư tín lại có thể là kênh thông tin chuyển tải những thông điệp của tình cảm hay xã giao.

2. Một số kỹ năng giao tiếp cơ bản

2.1. Kỹ năng làm quen

2.1.1. Sự cần thiết của việc làm quen

Trong cuộc sống, con người phải thường xuyên tiếp xúc với những cá nhân, cộng đồng khác nhau trong xã hội. Ngoại trừ những mối quan hệ trong gia đình, tất cả những mối quan hệ khác, kể cả những quan hệ bà con - dòng tộc đến quan hệ cá nhân ngoài xã hội, đều đòi hỏi con người phải có khả năng thiết lập, xây dựng và củng cố các mối quan hệ Đê làm được điều này, cá nhân phải có kỹ năng làm quen để bắt đầu mối quan hệ. Làm quen là bước đầu tiên và hết sức quan trọng, có

- Thưởng nhiều đến một mối quan hệ nào đó.

- Không có sự làm quen thì không thể nảy sinh mối quan hệ. Việc làm quen giống như "cánh cửa" khi chúng ta bước vào "ngôi nhà" của ai đó. Thông qua làm quen mà con người có sự tiếp xúc với nhau về mặt ăm lý, tư tưởng, tình cảm và là cơ sở để con người có thể hiểu nhau.

- Làm quen giúp con người có thể "nhận diện" được tâm lý của người khác. Thông qua việc tự giới thiệu, con người sẽ bộc lộ phần nào những đặc điếm tâm lý, tính cách của mình. Nhờ vậy, đói tượng giao sè phần nào nắm bắt được tâm lý của người đối diện để có cách ứng I phù hợp trong quá trình giao tiếp.

- Làm quen có ảnh hưởng đến mức độ thân mật của mối quan hệ. Một sự khởi đầu tốt sẽ có tác động tích cực đến việc duy trì mối quan sẽ sau này. Từ những thiện cảm ban đầu trong quá trình làm quen, con người sẽ dễ dàng "mở lòng" mình ra để đón nhận người khác.

2.1.2. Các kiểu làm quen

Xét trên các phương diện khác nhau mà người ta có những cách phân chia làm quen thành những kiểu khác nhau.

Xét trên cơ sở tính chủ đích khỉ làm quen, người ta chia thành hai loại: làm quen có chủ đích và làm quen không có chủ đích

a. Làm quen có chủ đích

Làm quen có chủ đích là khi con người làm quen với một ai đó theo một mục đích đã đề ra từ trước. Trong những trường hợp này, con người thường có sự chuẩn bị từ trước đó để việc làm quen có thể đạt hiệu quá cao nhất. Trong hầu hết các trường hợp làm quen kiểu này, chúng ta thường có những thông tin về đối tượng làm quen từ trước. Tuy nhiên, cũng có khi việc làm quen có chủ đích lại hết sức tình cờ, khi mà con người ngẫu nhiên gặp đối tượng mà ta muốn giao tiếp, tạo mối quan hệ

b. Làm quen không có chủ đích

Trong nhiều trường hợp, chúng ta tình cờ gặp một ai đó hoặc được người khác giới thiệu một người nào đó. Trong những trường hợp như vậy, con người làm quen mà không theo mục đích từ trước đó thì được gọi là làm quen không có chủ đích. Ở những tình thế này, chủ thể giao tiếp thường ở thế bị động, đòi hỏi phải có sự ứng xử linh hoạt và hợp lý

Xét trên phương diện mong muốn duy trì mối quan hệ chia thành hai loại: làm quen hướng tới mục đích lâu dài và làm quen xã giao

a. Làm quen hướng tới mục đích lâu dài

Trong thực tế, có những mối quan hệ mà người trong cuộc mon, muốn duy trì lâu dài nhằm một mục đích nào đó. Đối với những qu hệ như vậy, ngay từ ban đầu con người đã xác định trước và việc là quen cũng không ngoại lệ. Do xuất phát từ mục đích ban đầu nên việc làm quen trong những tình huống này thường được con người chuẩn từ trước và rất cẩn trọng trong quá trình bắt đầu làm quen với đối tượng

b. Làm quen xã giao

Làm quen xã giao là kiểu làm quen mà con người sử dụng trong, những tình huống khi chúng ta gặp một ai đó trong bối cảnh đòi hỏi phải diễn ra hoạt động giao tiếp giữa ta với đối tượng ngay lúc đó và có thể sẽ không gặp lại. Trong những trường hợp này, việc làm quen thường, mang tính hời hợt hơn là đi vào chiều sâu bởi cả chủ thế và đối tượng giao tiếp đều hiểu rằng, mối quan hệ đó sẽ không kéo dài. Tuy vậy, cũng có những trường hợp xuất phát từ việc làm quen xã giao nhưng sau đó, mối quan hệ giữa hai người lại duy trì trong một thời gian rất lâu. Điều này là do người ta tìm thấy những điếm tương đồng hay những điều ấn tượng nào đó ở người kia và cố gắng để thân mật hoá mối quan hệ xã giao ban đầu.

Xét theo phương diện làm quen chia thành hai loại: làm quen trực tiếp và làm quen gián tiếp

a. Làm quen trực tiếp

Làm quen trực tiếp là kiểu làm quen không thông qua sự giới thiệu hay yếu tố trung gian nào. Kiểu làm quen này có đặc điểm là tính chủ động của người làm quen rất cao và có những yêu cầu riêng. Nếu làm quen trực tiếp nhưng người làm quen đã biết trước thông tin về người kia thì việc làm quen trở nên đơn giản hơn. Tuy nhiên, nếu không biết thông tin của người kia thì người làm quen phải hết sức chủ động và thể hiện thiện chí để có thể dành được cảm tình của người được làm quen. Có như vậy, mới có thể hiện thực hoá mối quan hệ giữa hai cá nhân.

b. Làm quen gián tiếp

Làm quen gián tiếp là hình thức mà cá nhân này làm quen với cá nhân khác thông qua sự giới thiệu của một người thứ ba hoặc qua các phương tiện trung gian. Trong trường hợp qua sự giới thiệu của người thứ ba, việc làm quen sẽ có những thuận lợi nhất định, phần nào giảm bớt tâm lý e dè ban đầu khi mới làm quen. Nhưng tất nhiên, hiệu quả làm quen vẫn phụ thuộc rất nhiều, nếu không nói là mang tính quyết định vào người làm quen. Trường hợp làm quen thông qua các phương tiện trung gian, có thể là điện thoại, email, chat, thư tay hay các mạng xã hội... thì yếu tố tâm lý e ngại ban đầu cũng sẽ được giảm thiểu do điều kiện về khoảng cách. Tuy vậy, điều này cũng có những điểm hạn chế riêng vì không tiếp xúc trực tiếp

với nhau nên người ta có thể sử dụng những "chiêu thức" ngụy tạo khi thể hiện bản thân mình trước kia.

2.1.3. Các bước làm quen

Nếu xét làm quen theo một tiến trình về thời gian thì có thể chia làm bốn bước đó là: tìm hiểu đối tượng, chuẩn bị tâm thế, bắt đầu làm quen và hoàn tất quá trình làm quen. Có thể minh hoạ tiến trình làm quen qua sơ đồ sau đây:

a. Bước 1: Tìm hiểu đối tượng

Đây là bước rất quan trọng trong tiến trình làm quen. Tìm hiếu vẻ đối tượng tức là tìm hiểu về đặc điểm nhân thân, thông tin cá nhân, nghẻ nghiệp, chức vụ, sở thích, tính cách... Tìm hiểu thông tin càng kỹ sẽ càng thuận lợi cho quá trình làm quen. Việc tìm hiếu thông tin có thẻ thực hiện qua những "kênh" sau đây:

- Qua người thứ ba mà đó có thể là người thân, bạn bè hay một người biết về đối tượng mà ta muốn giao tiếp. Từ những thông tin thì được, sẽ giúp ta xác định được phần nào "chân dung" của đối tượng để lựa chọn phương thức làm quen cho phù hợp. Tuy nhiên, cần lưu ý là việc hỏi thăm thông tin về đối tượng muốn làm quen phải hết sức tế và tốt nhất là làm thế nào để đối tượng không biết điều này.

- Qua tìm hiểu hồ sơ cá nhân, có thể là sơ yếu lý lịch hay các trang cá nhân trên mạng internet như website, blog, facebook... Đối với những thông tin trên mạng internet sẽ không đảm bảo được tính chính thống nhưng ít nhất cũng cho ta phần nào đặc điểm của đối tượng muốn là: quen. Thông thường thì trên internet, người ta sẽ bộc lộ nhiều nhất tính cách và xu hướng cá nhân trong cuộc sống.

- Qua các bài viết, bài phỏng vấn về đối tượng. Không phải trường hợp nào cũng có thể tìm hiểu thông tin qua hình thức này mà chỉ có số đối tượng là "người của công chúng" và thường xuất hiện trên phương tiện thông tin đại chúng hay có những nét nối bật thì mới có tiếp cận qua con đường này.

Cho dù có tìm hiểu thông tin qua bất kỳ "kênh" nào cũng cần phải có sự chọn lọc và khái quát hoá. Trong các thông tin về đối tượng, cần lưu ý đến những lĩnh vực quan tâm hay sở thích của họ. Đó sẽ là những công cụ, phương tiện thu hút được nhiều sự thiện cảm của đối tượng rong quá trình làm quen. Tuy nhiên, không phải trong trường hợp nào cũng có thể tìm hiểu trước thông tin của người muốn làm quen. Trong những trường hợp như vậy, chúng ta buộc phải sử dụng yếu tố trực giác để đánh giá đối tượng. Kết quả của sự đánh giá này phụ thuộc vào sự nhanh nhẹn, nhạy bén và kinh nghiệm của mỗi cá nhân.

b. Bước 2: Chuân bị tâm thế

Sau khi đã có những thông tin về đối tượng muốn làm quen, việc tiếp theo cần phải thực hiện đó là chuẩn bị cho mình một tâm thế sẵn sàng để làm quen với đối tượng. Tâm thế này sẽ bộc lộ rất rõ trong quá trình tiến hành làm quen. Một tâm thế sẵn sàng sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến thái độ và hành vi của chúng ta và đối tượng có thể nhận biết điều đó. Do vậy, cho dù là làm quen có chủ đích trước hay không có chủ đích trước, làm quen hướng tới mục đích lâu dài hay làm quen xã giao... đều phải thể hiện thiện chí, mong muốn được làm quen.

c. Bước 3: Bắt đầu làm quen

- Chào hỏi

Khi tiếp xúc trực tiếp với đối tượng muốn làm quen, việc đầu tiên phải làm đó chào hỏi. Tuỳ vào đặc điểm đối tượng mà chúng ta lựa chọn cách chào hỏi cho phù hợp. Đối với cấp trên và người lớn tuổi, phải thể hiện sự kính trọng, lễ phép. Đối với người ngang cấp hay cùng trang lứa phải thể hiện sự tôn trọng, hoà đồng. Đối với cấp dưới hay người nhỏ tuổi hơn, cần thể hiện gần gũi, thân mật. Điều quan trọng là bên cạnh lời nói, chủ thể phải chú ý đến sự khác biệt về văn hoá và biết sử dụng các yếu tố phi ngôn ngữ, như cử chỉ, điệu bộ, ánh mắt, nét mặt, khoảnh cách... một cách hiệu quả nhằm tạo nên ấn tượng ban đầu tốt đẹp cho đối tượng.

- Tự giới thiệu về mình

Người đi làm quen phải tự giới thiệu về mình trước. Tuỳ vào đối tượng muốn làm quen mà chủ thể chọn cách xưng hô cho phù hợp khi giới thiệu có thể là tôi, em, cháu hay anh, chị... Yêu cầu của phần giới thiệu phải ngắn gọn, xúc tích, đầy đủ thông tin nhưng làm sao phải tạo được ấn tượng với người muốn làm quen. Một điều hết sức quan trọns khi tự giới thiệu đó là phải thể hiện sự khiêm nhường cần thiết nhưng cũng không được quá hạ thấp mình, cần phải làm thế nào để người được làm quen không hiểu sai, đánh giá sai về mình.

- Bày tỏ sự hân hạnh khi được làm quen

Sau phần tự giới thiệu, chủ thể cần bày tỏ niềm vinh hạnh hay sự vui mừng khi được làm quen. Những câu nói thể hiện điều này có thể là “Tôi rất vinh hạnh khi được làm quen với ông!”, “Thật vui vì làm quen được với một người dễ mến như chị!” hay “Rất hân hạnh khi được biết anh!”. Điều này có tác dụng gây được thiện cảm tốt đẹp trong lòng đối tượng và sẽ giúp cho việc làm quen trở nên thuận lợi hơn. Tuy nhiên, cần phải lưu ý là lời nói phải đi liền với thái độ chân thành thì mới co the gây được hiệu quả tích cực.

- Trao đổi một vài vấn đề chung

Thông thường, khi bắt đầu câu chuyện, người ta khó có thể cởi me với nhau được. Trong những trường hợp như vậy, chủ thể làm quen cần gợi ý một vài vấn đề chung mà cả hai

đều có thể chia sẻ như về thời tiết, giao thông hay những thông tin thời sự chính thống... Làm được điều này sẽ có tác dụng phá bỏ đi những "rào cản" tâm lý e dè ban đầu.

- Hỏi thăm thông tin của người muốn làm quen

Sau khi đã hoàn tất những bước trên, khoảng cách giữa hai người đã phần nào được thu hẹp và họ đã bắt đầu thoải mái để chia sẻ lẫn nhau. Lúc này, chủ thể có thể đi vào mục đích chính của việc làm quen đã đề ra ban đầu.

- Lưu giữ thông tin cá nhân

Sau khi có được những thông tin cần thiết, trước khi tạm biệt, chủ thể cần hỏi thăm những thông tin cá nhân như số điện thoại, địa chỉ, email và lưu giữ lại những thông tin đó trong sổ tay hoặc điện thoại của mình... để ghi nhớ một cách hiệu quả.

d. Bước 4: Hoàn tất quá trình làm quen

Kết thúc một quá trình làm quen, người ta đã có được những thông tin cần thiết. Trước khi chia tay nhau là hành động chào tạm biệt và hẹn gặp lại trong thời gian sắp tới. Những câu nói như "Rất cảm ơn anh/chị đã dành thời gian quý báu của mình cho tôi. Mong sớm gặp lại anh/ chị" sẽ có tác dụng để lại những thiện cảm hay những ấn tượng tốt đẹp ; trong lòng đối tượng. Hiệu ứng không chỉ mang đến cho bước làm quen hôm nay mà còn tạo ra sự lưu luyến cũng như sự khắc hoạ hình ảnh lâu dài. Lẽ đương nhiên, điều này phải được thực hiện như một thói quen tích cực.

2.1.4. Những điều lưu ý khi làm quen

Trong quá trình làm quen, dù với bất cứ đối tượng nào thì chủ thể làm quen cũng cần lưu ý:

a. Hình thức bên ngoài

Những yếu thuộc về hình thức bên ngoài như trang phục, trang sức, trọng điểm... cần phải phù hợp với bối cảnh làm quen và đảm bảo sự gọn gàng, sạch sẽ, lịch thiệp. Một vẻ bề ngoài đơn giản nhưng lịch sự sẽ có tác động tích cực đến hiệu quả của việc làm quen.

b. Thái độ

Thái độ luôn được bộc lộ thông qua hành vi, cách ứng xử và cách nói năng của con người. Trong quá trình làm quen, chủ thể phải luôn bộc lộ thái độ chân thành, cầu thị và khiêm tốn. Có như vậy mới có thể tạo được sự tin tưởng và thiện chí của đối tượng muốn làm quen.

c. Lưu ý đến các quy tắc xã giao

Trong nền văn hoá "mở" hiện nay, nhất là trong việc giao lưu giữ các nền văn hoá với nhau, có rất nhiều quy tắc xã giao đòi hỏi con người phải chú ý. Nhất là khi làm quen, nếu chúng ta không lưu ý đến yếu tỏ văn hoá và các quy tắc xã giao thì sẽ làm ảnh hưởng đến ấn

tượng ban đầu của bản thân trong đối tượng muốn làm quen. Để khắc phục tình trạng này, cần tìm hiểu tương đối kỹ về đối tượng làm quen để chuẩn bị trước cách thức ứng xử cho phù hợp.

2.2. Kỹ năng lắng nghe

2.2.1. Khái niệm nghe và lắng nghe

Nghe là hình thức tiếp nhận thông tin qua thính giác. Lắng nghe là tiếp nhận thông tin qua thính giác đi kèm với trạng thái chú ý. Lắng nghe giúp con người hiểu được nội dung thông tin và cả những trạng thái cảm xúc, tình cảm của người nói.

Kỹ năng lắng nghe là khả năng hiểu được nội dung lời nói, nhận biết được tâm trạng, cảm xúc và nhu cầu của người nói.

2.2.2. Lợi ích của việc lắng nghe

Có câu nói rằng "Nói là bạc, im lặng là vàng, lắng nghe là cương" hay "Ba tuổi đủ để học nói nhưng cả cuộc đời không đủ đê b lắng nghe" cho thấy lắng nghe có vai trò hết sức quan trọng.

Theo Paul Tory Rankin (1930), trong giao tiếp bằng ngôn ngữ, con người dùng 42,1% tổng số thời gian cho việc nghe, 31,9% cho việc nói, 15% cho việc đọc và 11% cho việc viết. Như vậy, trong giao tiếp bằng ngôn ngữ, lắng nghe chiếm gần nửa số thời gian. Điều này cho thấy, kỹ năng lắng nghe là hết sức quan trọng và việc lắng nghe sẽ mang lại nhiều lợi ích cho cả người nói lẫn người nghe.

Đối với người nghe, việc lắng nghe có tác dụng:

- Thu thập được nhiều thông tin hơn. Khi lắng nghe, chúng ta sẽ thu nhận được nhiều thông tin hơn từ phía người nói để có nhiều căn cứ, cơ sở hơn khi quyết định một vấn đề gì đó. Hơn nữa, theo tâm lý thông thường thì người ta chỉ muốn nói với những ai biết lắng nghe nên khi được lắng nghe, người ta sẽ chia sẻ nhiều hơn.

- Tạo nên bầu không khí lắng nghe trong giao tiếp và tạo ra mối quan hệ tốt đẹp. Khi người khác đang nói, chúng ta lắng nghe thì đến lượt chúng ta nói, họ cũng sẽ chú ý lẳng nghe. Làm được điều này, hai bên sẽ hiểu nhau nhiều hơn và tạo nên sự hài lòng đối với nhau.

Đối với người nói, lẳng nghe mang lại những lợi ích sau:

- Thoả mãn được nhu cầu của người nói. Khi nói, ai cũng có nhu cầu được người khác quan tâm, lắng nghe nên khi bạn lắng nghe tức là đã thoả mãn được nhu cầu của người nói. Điều này cũng sẽ tạo nên những ấn tượng tốt đẹp trong lòng người nói.

- Khuyến khích người nói thể hiện quan điểm, ý tưởng của mình. Khi được lắng nghe, người nói sẽ cảm thấy mình được tôn trọng và có thể thoải mái để chia sẻ những suy nghĩ, quan điểm, ý tưởng của mình.

2.2.3. Các cấp độ nghe

- Không nghe, tức là không quan tâm, không chú ý, bỏ ngoài tai tất cả những gì người nói đang nói. Biểu hiện của cấp độ nghe này là nói chuyện riêng hay làm việc khác khi người nói đang nói.

- Nghe giả vờ, là tỏ vẻ chú ý lắng nghe nhưng thực chất lại đang suy nghĩ về một vấn đề khác hoặc không quan tâm và không hiểu được thông tin của người nói. Việc gật đầu, chăm chú nghe nhưng không nêu nội dung và thỉnh thoảng có những hành vi, cử chi trái ngược với nội dung mà người nói muốn chuyển tải là những biểu hiện của nghe.

- Nghe có chọn lọc, là người nghe chỉ nghe một phần thông tin và nghe những gì mình quan tâm, ưa thích. Biểu hiện của cấp độ nghe này là lâu lâu nói chuyện hay làm việc riêng.

- Nghe chăm chú, là tập trung chú ý vào lời người nói và cố gắng để hiểu họ. Ở kiểu nghe này, người nghe tập trung vào người đối thoại, không làm việc riêng nhưng không có các cử chỉ thể hiện mình hiểu thông tin người nói đưa ra và khuyến khích họ nói.

- Nghe thấu cảm, là kiểu nghe mà người nghe không chỉ chăm chú lắng nghe mà còn đặt mình vào vị trí của người nói để có thể hiểu họ một cách thấu đáo. Khi nghe thấu cảm, không chỉ hiểu được những thông điệp người nói muốn chuyển tải mà còn hiểu được tâm tư, tình cảm, nhu cầu của họ. Lúc này, việc lắng nghe không chỉ bằng tai mà bằng cả trái tim và khối óc. Sự chăm chú, các câu hỏi gợi mở, các hành vi đáp ứng và khuyến khích người nói... là biểu hiện của hình thức lắng nghe này.

2.2.4. Những yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả lắng nghe

Theo D.Torrington, 75% các thông báo miệng không được chú ý đến, bị hiểu sai hoặc bị lãng quên nhanh chóng, còn khả năng nắm bắt được những ý nghĩ sâu sắc trong lời nói của người khác thì càng hiếm hơn. Điều này chứng tỏ rằng, để lắng nghe có hiệu quả không chỉ đơn giản là: muốn lắng nghe thì đừng nói mà còn có nhiều yếu tố khác ảnh hưởng đến hiệu quả của việc lắng nghe.

a. Tốc độ tư duy

Thông thường, tốc độ nói của người trưởng thành là 125 từ/phút trong khi tốc độ suy nghĩ của con người nhanh gấp 4 lần nên thời gian dùng để suy nghĩ nhiều hơn là để lắng nghe, nghĩa là chúng ta thường bị phân tán tư tưởng. Do vậy, khi nói về một vấn đề gì đó,

chúng ta nên nói ngắn gọn và cũng không nên nói quá chậm rãi sẽ dễ làm người nghe mất tập trung.

b. Sở thích

Người ta thường chỉ nghe những gì mà mình thích. Khi gặp những vấn đề không phù hợp với mình thì thường không muốn nghe và không nghe.

c. Sự phức tạp của vấn đề

Khi nghe một vấn đề phức tạp, nằm ngoài hiếu biết hay ít liên quan dù con người thường có xu hướng bỏ ngoài tai, không lắng nghe nữa.

d. Thiếu kiên nhẫn

Lắng nghe đòi hỏi phải kiên nhẫn vì không phải lúc nào người nói cùng nói những gì ta muốn được nghe. Chính vì vậy, trong thực tế thường xảy ra tình trạng cả hai người cùng tranh nhau nói hay cùng nói. Khi nghe người khác nói, chúng ta thường có những ý kiến đáp lại và ruon nói ngay những suy nghĩ đó. Nếu không biết kiềm chế và kiên nhẫn nghe người khác nói thì việc lắng nghe không thể có hiệu quả.

e. Thiếu kỹ năng lẳng nghe

Cũng giống như những kỹ năng khác, muốn lắng nghe tốt thì phải thật sự tập luyện và để tập luyện hiệu quả thì phải có những bài tập rất thể. Vì vậy, việc trang bị kỹ năng lắng nghe trong giao tiếp là điều không đơn giản nếu như không muốn nói là cực kỳ quan trọng và cần thiết

g. Thiếu quan sát khi nghe

Muốn lắng nghe hiệu quả, không chỉ cần đến thính giác mà cả các giác quan khác, nhất là thị giác đế có thể nắm bắt hết thông điệp mà người nói muốn chuyển tải qua ngôn ngữ và những yếu tố phi ngôn ngữ.

"... Sao mà anh ngốc thế

Không nhìn vào mắt em ”

Là hai câu thơ rất hay nói lên tầm quan trọng của giao tiếp bằng mắt khi lắng nghe. Tuy vậy, chúng ta thường ít sử dụng hoặc chưa biết sử dụng mắt trong quá trình giao tiếp.

h. Những thành kiến, định kiến tiêu cực

Khi có thành kiến, định kiến với người đối thoại hoặc vấn đề mà người đối thoại đề cập đến thì sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến thái độ và hiệu quả lắng nghe. Trong những trường hợp đó, hiệu quả lắng nghe sẽ bị giảm sút một cách đáng kể.

i. Những thói quen xấu khỉ lẳng nghe

Trong khi nghe, không ít người thường mắc phải những thói quen xấu như: cắt ngang lời người nói, đoán trước ý người nói, giả vờ chú ý... Những điều này sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến hiệu quả lắng nghe.

2.2.5. Kỹ năng lắng nghe hiệu quả

Lắng nghe không chỉ là một kỹ thuật mà còn là một nghệ thuật. Để lắng nghe có hiệu quả, con người phải có sự tập luyện thường xuyên Cần chú ý một số kỹ năng sau đây để có thể nâng cao hiệu quả của việc lắng nghe:

a. Kỹ năng gợi mở

Trong giao tiếp, có những vấn đề, nội dung khó nói hoặc tế nhị người ta sẽ khó chia sẻ một cách tự nhiên. Cũng có khi, do sự chi pl của yếu tố cảm xúc làm cho người ta thường e ngại hoặc bối rối trư người khác. Đe cho người đối thoại tự nhiên và mạnh dạn chia sẻ, có áp dụng một số thủ thuật như sau:

- Tỏ ra am hiểu vấn đề và đồng cảm về cảm xúc. Sử dụng những câu nói như “Tôi hiểu”, “Tôi đã từng nghe về vấn đề này” hay “Tôi thể hiểu được lúc đó anh buồn như thế nào...” cùng với những yếu giao tiếp phi ngôn ngừ như nét mặt, ánh mắt, nụ cười để người nói c nhận được rằng mình đang quan tâm và hưởng ứng với những gì họ nói.

- Có sự phản hồi thích hợp với những nội dung mà người nói chia sẻ. Việc phản hồi này không chỉ bằng lời nói mà cần bằng cả cử chỉ điệu bộ như sự gật gù, nhún vai, chau mày... sẽ làm cho hiệu ứng tiếp gia tăng một cách đáng kể.

- Đặt câu hỏi để làm rõ hơn vấn đề và cũng để thể hiện sự quan đến nội dung đối thoại. Nên sử dụng dạng câu hỏi mở và không nên quá nhiều. Tuỳ vào tình huống mà có thể sử dụng những câu hỏi “Rồi sao nữa?”, “Lúc đó anh phản ứng như thế nào?”...

- Giữ sự im lặng đầy thiện chí. Trong quá trình giao tiếp, có những lúc câu chuyện sẽ bị ngắt quãng và người nói sẽ tạm thời im lặng. Những lúc như vậy, nếu người nghe cũng biết giữ im lặng nhưng vẫn thể hiện sự chờ đợi để tiếp tục lắng nghe thì người nói sẽ sớm nối lại cuộc đối thoại. Tuy nhiên, nếu sự im lặng đó quá lâu thì bạn cần phải chủ động phá vỡ sự im lặng đó để sự tương tác đích thực bắt đầu được hiện diện.

b. Kv năng bộc lộ sự quan tâm

- Khi lắng nghe, nên ngồi hướng về phía người đối thoại và thể hiện sự quan sát.

- Có sự tiếp xúc bằng mắt một cách hợp lý. Nên giữ khoảng thời gian giao tiếp bằng mắt từ 70 - 75% tổng thời gian cuộc đối thoại. Tuy nhiên, cần lưu ý không nên tập trung ánh mắt vào một điểm nào đó trên cơ thể mà phải nhìn tổng thể cả con người họ và tốt nhất nhìn từ phần bờ vai trở lên phía ánh mắt.

- Có những cử chỉ, động tác đáp ứng lại người nói như: gật đầu, mim cười hay những động tác của tay... cần tuyệt đối tránh những :ư thể cho thấy bạn đang thờ ơ hoặc không hứng thú với người nói như: bẻ ngón tay, chống cằm, vặn mình hay mân mê một vật gì đó... Đây là những cử chỉ trong vô thức có thể xuất hiện sẽ có nguy cơ làm cho mối quan hệ giao tiếp của bạn dễ dàng bị rạn nứt một cách không thương tiếc...

c. Kỹ năng tạo lập không khi giao tiếp thoải mái, bình đẳng

Để tạo ra bầu không khí bình đẳng, thoải mái trong giao tiếp cần lưu ý:

- Giữ khoảng cách giao tiếp phù hợp. Tuỳ vào mức độ mối quan hệ mà cần giữ khoảng cách gần hay xa cho tương ứng.

- Tư thế ngang tầm: khi một người đứng thì người kia cũng nên đứng và khi người kia ngồi thì thì cũng nên ngồi trong quá trình tương tác của cuộc giao tiếp. Không nên một người đứng, một người ngồi sẽ tạo nên sự chênh lệch về vị thế, cần lưu ý tránh một vài tư thế như khoanh tay hay bỏ tay vào túi quần vì những cử chỉ này thể hiện sự không hào hứng hay khép kín trong giao tiếp.

d. Kỹ năng phản ánh lại

Việc phản ánh lại trong giao tiếp vừa giúp bạn xác định lại nhận thức của bản thân có đúng với những gì người đối thoại muốn chuyên tải không, vừa thể hiện sự quan tâm của bạn đối với người nói.

Phản ánh lại thực chất là việc người nghe diễn đạt lại ý của người nói theo cách hiểu của mình. Những câu nói thường được sử dụng là “Theo tôi hiểu thì ý anh là..“Không biết có phải ý của anh là..”hay “Hình như anh muốn nói...”

2.3. Kỹ năng đặt câu hỏi

Trong quá trình giao tiếp, con người thường xuyên đặt ra cho người đối thoại những câu hỏi để làm rõ thêm vấn đề cũng như đế thể hiện cảm xúc của mình. Đặt câu hỏi đúng sẽ có tác dụng gợi mở vấn đề, kích thích người đối thoại và ngược lại, một câu hỏi không phù hợp sẽ có thể làm giảm đi hiệu quả giao tiếp, thậm chí là làm hỏng cuộc đối thoại.

2.3.1. Mục đích đặt câu hỏi

Khi đặt câu hỏi, có thể hướng tới những mục đích sau:

- Xác định vấn đề
- Xác định nguyên nhân
- Thu thập thông tin cần thiết
- Tìm kiếm phương án giải quyết cho một vấn đề nào đó
- Kích thích suy nghĩ

- Khuyển khích sự tham gia

- Tìm kiếm sự đồng tình, ủng hộ

Tuỳ vào từng trường hợp mà người đặt câu hỏi hướng đến những mục đích khác nhau nhưng cũng có khi, một câu hỏi có thể đồng thời hướng tới nhiều mục đích khác nhau.

2.3.2. Phân loại câu hỏi

Căn cứ trên những cơ sở phân loại khác nhau mà có các cách phân ại câu hỏi khác nhau:

a. Căn cứ theo cách đặt câu hỏi

Căn cứ theo cách phân loại này, câu hỏi được chia thành hai loại câu hỏi đóng và câu hỏi mở.

- Câu hỏi đóng: là loại câu hỏi thường kết thúc bằng từ: có - không, đúng - sai, rồi - chưa... hay đưa ra sẵn các đáp án để người được hỏi trả băng cách chọn một trong số những đáp án đó.

Ví dụ:

- Bạn có đi du lịch cùng công ty không?

- Bạn nghĩ rằng, kỹ năng giao tiếp là:

Rất quan trọng

Quan trọng

Không quan trọng

Câu hỏi mở: là loại câu hỏi không cs phương án trả lời trước, người được hỏi có thể trả lời theo suy nghĩ, đánh giá chủ quan của mình.

Ví dụ:

- Bạn suy nghĩ như thế nào về kế hoạch mới của công ty?

- Theo bạn thì tôi nên làm gì trong trường hợp này?

Khi sử dụng câu hỏi mở, có thể sẽ thu thập được nhiều thông tin hơn và người được hỏi cũng có cơ hội bộc lộ những suy nghĩ, cảm xúc, tình cảm của họ trong giao tiếp.

b. Căn cứ theo cách trả lời

Nếu phân loại trên cơ sở này, câu hỏi được chia thành hai loại: câu hỏi tiếp và câu hỏi gián tiếp.

- Câu hỏi trực tiếp

Là loại câu hỏi nhằm thẳng vào vấn đề mà người hỏi quan tâm. Ví dụ:

- Bà thích kiểu áo nào?

- Ông thích món ăn nào nhất?

-Tại sao anh lại làm như vậy?

Đối với loại câu hỏi này sẽ giúp thu thập được thông tin nhanh chóng trong giao tiếp. Trong một số trường hợp, dùng loại câu hỏi sẽ đưa người hỏi vào thế "bị động" và họ sẽ đưa ra câu trả lời thực nhưng trong những trường hợp khác thì câu hỏi này lại trở thành thiếu tế nhị làm cho người được hỏi cảm thấy bị chạm đến những vấn đề riêng tư.

- Câu hỏi gián tiếp

Là loại câu hỏi về một vấn đề khác nhưng thông qua câu trả lời người đối thoại, có thể suy ra được điều muốn biết.

Ví dụ: khi lãnh đạo muốn biết đánh giá và tình cảm của cá nhân đối với công ty thì không thể hỏi trực tiếp là "Anh đánh giá như thẻ về công ty?" mà nên sử dụng một câu hỏi gián tiếp "Trong thời gian việc ở công ty, anh thấy tâm đắc nhất vấn đề gì?". Qua câu trả lời người nhân viên, lãnh đạo có thể hiểu được tình cảm mà anh ta cho công ty cũng như những đánh giá đối với công việc. Điều này ảnh hưởng khá đáng kể đến phương thức giao tiếp của hai người tổ chức.

2.3.3. Những sai lầm khỉ đặt câu hỏi

Khi đặt câu hỏi, con người thường mắc phải một số những sai như sau:

- Hỏi với mục đích khai thác, điều khiển người khác. Những câu hỏi với mục đích khai thác thông tin để thoả trí tò mò như "Hợp đồng lớn nhất của công ty anh trị giá bao nhiêu tiền?" hay "Tình cảm của dành cho chị thế nào?"... thường là những câu hỏi dạng này.

- Diễn đạt quá dài dòng khi đặt câu hỏi. Có những trường hợp người hỏi sợ người đối thoại không hiểu hết ý mình nên thường sử dụng những câu hỏi dài dòng đã bao hàm cả phần giải thích ở trong đó chẳng hạn như "Khi giáo viên chuẩn bị kỹ giáo án, giảng bài một cách hăng say, biết kết hợp nhiều phương pháp khác nhau khi giảng dạy để kích thích tinh thần tham gia và phát huy vai trò trung tâm của người học thì học sinh sẽ hiểu bài hơn, anh có nghĩ như vậy không?". Trong trường hợp đó, người hỏi chỉ cần dùng câu hỏi ngắn gọn "Theo anh, thế nào là phương pháp dạy học hiệu quả?" cũng có thể thu thập được những nông tin cần thiết. Với cách hỏi dài dòng, sẽ khiến người nghe dễ bị phân tán vì câu hỏi quá dài và cũng không thu được những thông tin hữu ích từ phía người trả lời.

- Hỏi mà không lắng nghe câu trả lời. Sau khi hỏi và người nghe đang trả lời thì con người lại xao lãng, không tập trung hoặc làm một việc gì đó mà không chú ý lắng nghe câu trả lời sẽ tạo nên tâm lý tiêu cực cho người được hỏi, làm cho họ cảm thấy không được tôn trọng. Khi đó, người nghe sẽ không trả lời những câu hỏi của người hỏi hoặc chỉ là trả lời cho "qua chuyện". Lúc này, hiệu quả giao tiếp sẽ không được như mong muốn.

- Sử dụng câu hỏi không phù hợp với đối tượng. Nguyên nhân của ir.h trạng này là do người đặt câu hỏi chủ quan hoặc không hiểu rõ thông tin của người nghe trước khi đặt câu hỏi. Những câu hỏi mang học thuật cao cho người có trình độ phổ thông sẽ là những câu hỏi ăng phù hợp... khi giao tiếp.

- Đặt câu hỏi với mục đích thắng - thua. Những câu hỏi dạng này thường xuất hiện trong các cuộc tranh luận căng thẳng. Khi một người dành phần thắng về mình, họ thường dùng những câu hỏi đế dồn người kia vào thể "đường cùng" với mục đích để người nghe không trả được hoặc phải thừa nhận sự thua cuộc.

Ví dụ: trong một cuộc tranh luận giữa hai vợ chồng về vấn đề cảm.

- Vợ: Anh còn gì để nói về tin nhắn sặc mùi tình cảm này của cô ta trong điện thoại của anh nữa không?

- Chồng: Anh không biết cô ấy là ai, chắc là lộn số thôi mà.

- Vợ: Lộn số à, lộn số mà cô ấy biết là anh đã có con để mà hỏi "con ngủ chưa" à?

- Chồng: Thì... thì đã sao nào? Cô ấy nhắn tin cho tôi thì sao nữa. cô tính làm gì nào?

- Vợ: …

Nếu câu chuyện cứ tiếp diễn theo hướng trên thì chắc chắn là cuộc tranh luận sẽ không mang đến những kết quả tốt đẹp. Ngược lại, nó sẽ gây nên sự tổn thương đến lòng tự trọng của người chồng và ảnh hưởng đến mối dây tình cảm của hai vợ chồng. Khi đấy, chắc chắn rằng nhữna đường dây giao tiếp sẽ có nguy cơ bị phá vỡ, tình trạng giao tiếp có thẻ bị nghẽn mạch và hiệu quả giao tiếp không thể như mong đợi.

Hỏi không đúng hoàn cảnh giao tiếp. Nguyên nhân dẫn đến sai lầm này thường là do người hỏi không suy nghĩ kỹ mà không đánh giá đúng bối cảnh thực tế trước khi đặt câu hỏi. Một câu hỏi về thu nhập cá nhân đối với một người đang bị thất nghiệp là một câu hỏi không phù hợp với hoàn cảnh và tình thế giao tiếp sẽ rất nguy cấp.

2.3.4. Kỹ năng đặt câu hỏi hiệu quả

a. Nên bắt đầu bằng một câu hỏi dễ

Bắt đầu bằng những câu hỏi dễ sẽ tạo tâm lý thoải mái cho người nghe. Tâm lý phổ biến của con người khi trả lời câu hỏi là sợ bị sai nên với những câu hỏi dễ sẽ khắc phục được điều này, làm cho con người tự tin hơn khi trả lời. Đi từ những câu hỏi dễ đến câu hỏi khó là một lộ trình đặt câu hỏi phù hợp và hiệu quả, thu thập được nhiều thông tin cần thiết và hữu ích.

b. Nên sử dụng nhiều câu hỏi mở

Sử dụng nhiều câu hỏi mở sẽ tạo cảm giác thoải mái hơn cho người nghe và cũng giúp người hỏi thu thập được nhiều thông tin hơn. Hơn thế nữa, với những câu hỏi mở, người trả lời sẽ bộc lộ những cảm xúc, tình cảm của mình đối với vấn đề được đặt ra. Điều này sẽ góp phần tạo ra sự tương tác về mặt tâm lý giữa người hỏi và người trả lời trong quá trình giao tiếp.

c. Thể hiện sự kiên trì trong quá trình đặt câu hỏi

Có nhiều khi, trong quá trình giao tiếp, khi gặp phải những câu hỏi khó hay những vấn đề phức tạp, người nghe sẽ phải suy nghĩ kỹ trước khi trả lời. Thời gian suy nghĩ để trả lời câu hỏi tuỳ thuộc vào trình độ và tính cách của mỗi người. Khi đó, người hỏi phải biết kiên trì, nhẫn tại trong khoảng thời gian mà người được hỏi suy nghĩ để tìm ra câu trả lời. Nếu người hỏi thể hiện sự "sốt ruột", nôn nóng thì có thể ảnh hưởng trên dòng suy nghĩ của người được hỏi và có thể, câu trả lời nhận được ẽ không chính xác hoặc không đầy đủ thông tin.

d. Xác định rõ mục đích trước khỉ hỏi

Trước khi đặt câu hỏi, cần phải xác định rõ mục đích là để lấy dữ viện hay lấy ý kiến đánh giá, suy nghĩ... của người khác. Trên cơ sở xác lịnh rõ mục đích, sẽ lựa chọn những câu hỏi phù hợp để đạt được mục ẽu đã đề ra. Nếu không xác định trước mục tiêu, người hỏi sẽ khó khăn rong việc chọn lựa các loại câu hỏi phù hợp.

e. Chuẩn bị câu hỏi từ trước

Trước khi tiến hành một cuộc giao tiếp nào đó, nhất là những cuộc giao tiếp quan trọng, con người thường chuẩn bị trước tâm thế cũng như nội dung giao tiếp. Bên cạnh đó, chúng ta cũng cần phải suy nghĩ và chuẩn bị trước những câu hỏi sẽ đặt ra cho người nghe. Tất nhiên, tuỳ theo diễn tiến của cuộc đối thoại để đặt ra những câu hỏi phù hợp với thực tế, nhưng việc chuẩn bị trước những câu hỏi trọng tâm là điều nên làm và hết sức quan trọng. Thực hiện được điều này sẽ góp phần nâng cao hiệu quả của hoạt động giao tiếp.

g. Chọn câu hỏi phù hợp với đối tượng và hoàn cảnh

Một câu hỏi phù hợp là câu hỏi không gây áp lực hay sự khó chịu cho người được hỏi. Chọn được câu hỏi phù hợp với đặc điểm của đôi tượng và bối cảnh thực tế vừa tạo tâm lý thoải mái cho người được hỏi. vừa giúp người hỏi thu thập được những thông tin cần thiết.

h. Hỏi về vấn đề tổng thể trước, chi tiết sau

Khi đặt câu hỏi, nên đặt những câu hỏi về vấn đề tổng quan, chung chung trước rồi mới đi vào nội dung chi tiết, cụ thể. Ví dụ, khi muốn tìm hiểu về hiệu quả hoạt động của một công ty, trước hết, chúng ta sẽ dùng những câu hỏi chung về tổng thể tình hình sản xuất, kinh doanh rồi mới đi vào những vấn đề cụ thể về nhân sự, thị trường...

Đặt cảu hỏi ngan gọn, rõ ràng

Đây là một yêu cầu quan trọng khi đặt câu hỏi. Câu hỏi không nên quá dài dòng và phải rõ ý để người nghe có thể hiểu đúng, hiểu đu những điều mà người hỏi muốn đề cập. Những câu hỏi ngắn và rõ sẽ giúp cho người nghe dễ tiếp nhận hơn và cũng dễ trả lời hơn.

k. Sử dụng câu hỏi đơn ý

Câu hỏi đơn ý là câu hỏi chỉ chứa đựng một vấn đề mà người hỏi muốn đề cập đến. Sử dụng dạng câu hỏi này sẽ giúp cho người được hỏi dễ trả lời hơn và cũng hạn chế được những sai lầm không đáng có do người được hỏi không hiếu rõ ý của người hỏi.

Ngoài ra, để đặt câu hỏi hiệu quả, người hỏi cần phải có sự tôn trọng, kiên nhẫn, không ngắt lời khi người khác đang trả lời. Đồng thời, phải biết kết nối, liên kết, xâu chuỗi các câu trả lời của người được hỏi để hiểu được trọn vẹn những thông điệp mà người trả lời muốn chuyển tải.

2.4. Kỹ năng giao tiếp qua điện thoại

Ngày nay, điện thoại đã trở nên hết sức phổ biến và trở thành phương tiện giao tiếp quen thuộc của mồi người. Sử dụng điện thoại là một việc làm đơn giản, ai cũng có thể nghe, gọi hay nhắn tin bằng điện thoại. Tuy vậy, không phải ai cũng biết sử dụng điện thoại một cách hiệu quả hay nói khác đi, không phải ai cũng có kỹ năng giao tiếp qua điện thoại. Trong thực tế vẫn thường xảy ra tình hạng có những cuộc

Điện thoại đến làm cho chúng ta khó chịu, có những tin nhắn làm chúng ta thấy "phản cảm" hay đôi khi chính chúng ta cũng gây nên sự không hài lòng hoặc hiểu lầm đối với người khác khi giao tiếp qua điện thoại.

Vì vậy, rèn luyện kỹ năng giao tiếp qua điện thoại là một việc làm hết sức cần thiết.

Giao tiếp qua điện thoại là hình thức giao tiếp gián tiếp. Chủ thể giao tiếp và đối tượng giao tiếp tác động lẫn nhau trong quá trình giao tiếp qua điện thoại thông qua nội dung nói và ngôn ngữ nói (âm lượng, chất giọng, âm vực...). Những yếu tố giao tiếp phi ngôn ngữ khác như hình thức, trang phục, cử chỉ, điệu bộ trở nên không có giá trị khi giao tiếp qua điện thoại.

2.4.1. Gọi điện thoại

Người gọi điện thoại là người đóng vai trò chủ động trong giao tiếp. Gọi điện thoại, nhất là trong kinh doanh đòi hỏi người gọi phải có sự chuẩn bị trước. Trước khi gọi điện thoại, cần đặt ra và tự trả lời những câu hỏi sau:

- Gọi cho ai?
- Gọi để làm gì?
- Gọi đến đâu?
- Gọi vào thời điểm nào?

Đối với câu hỏi "Gọi cho ai"?, người gọi cần xác định rõ đối tượng mình cần gọi tới. Một cuộc điện thoại cho bạn bè, người thân sẽ đơn giản không cần phải chuẩn bị kỹ nhưng gọi đến đối tác hay cấp trên thì yêu cầu người gọi phải có sự cẩn trọng và chuẩn mực. Tuỳ vào đặc điểm của người nghe mà bạn sẽ có cách xưng hô cho hợp lý. Nếu người nghe là đối tác thì chúng ta nên gọi họ là "ông", "bà". Ví dụ, khi gọi điện thoại đến công ty A để gặp Giám đốc B thì bạn nên xưng hô là: "Tôi là C, gọi đến từ công ty XYZ. Vui lòng chuyển máy cho tôi nói chuyện với ông B - Giám đốc công ty". Bạn cần phải ghi nhớ thật kỹ tên người gọi, trình trạng có khi do quá bận rộn, sau khi đã bấm số rồi lại quên mất tên và vị trí hay đặc điểm của người cần gặp.

Khi trả lời được câu hỏi "Gọi để làm gì"?, bạn sẽ biết được những nội dung cần phải trao đổi. Trước những cuộc gọi có tính chất quan trọng, bạn nên chuẩn bị sẵn những nội dung cần thiết và ghi nó ra giấy để khỏi bị quên hay bỏ sót nội dung. Tuy nhiên, không phải bất cứ nội dung nào cũng có thể trao đổi qua điện thoại được. Đối với những thông tin mật hay quan trọng, bạn nên trao đổi trực tiếp để tránh tình trạng bị nghe lén điện thoại, làm "lộ" thông tin.

"Gọi đến đâu"? tức là bạn xác định địa điểm, vị trí của người nghe điện thoại. Gọi đến công ty sẽ có những yêu cầu khác với gọi đến nhà riêng. Gọi đến số điện thoại công cộng (nhiều người dùng chung một số) sẽ khác với gọi đến số điện thoại cá nhân. Khi người nghe đang ở nơi đông người, bạn không nên trao đổi nhưng thông tin cá nhân và không nên thể hiện sự thân mật thái quá.

"Gọi vào thời điểm nào"? có nghĩa là xác định thời gian gọi điện. Có những khoảng thời gian trong giao tiếp không nên gọi điện thoại đó là sáng sớm và thời điểm quá trễ (thường là sau 22 giờ) trong một ngày. Khi người nghe đi làm việc thì khoảng thời gian đầu giờ làm và gần hết giờ làm cũng là những thời điểm không nên gọi điện thoại.

Khi gọi điện thoại, cần xác định rõ họ tên và số điện thoại của người cần gọi. Khi bấm số, cần bấm chậm và cẩn thận để tránh tình trạng nhầm số. Nếu không may bấm nhầm số, bạn nên nói xin lỗi và cúp máy một cách nhẹ nhàng. Nếu đã đúng số nhưng khi không có tín hiệu trả lời thì bạn cúp máy và gọi lại sau đó ít phút.

Khi đầu dây bên kia có người trả lời điện thoại, bạn nên xưng tên ngay và nói rõ người cần gặp. Sau khi đã được chuyển máy tới người cần gặp, hãy bắt đầu bằng một nụ cười và chào hỏi thân mật. Những hành động thiện chí này sẽ được người nghe cảm nhận một cách rõ ràng. Khi nói chuyện điện thoại, nên giữ cho âm lượng nói vừa phải không quá to mà cũng không quá nhỏ; giữ cho tốc độ nói không nhanh mà cũng không quá chậm; nói rõ ràng, mạch lạc để người nghe có thể hiểu hết ý mà mình muốn truyền tải. Đối với những thông tin quan

trọng, bạn cần nói chậm và nhấn mạnh để người nghe dễ ghi nhớ. Điều quan trọng là phải thể hiện giọng nói đầy thiện cảm khi trò chuyện cùng người nghe.

Sau khi trao đổi xong những thông tin cần thiết, nên chủ động kết thúc cuộc gọi trước. Cũng cần báo trước cho người nghe về điều này để họ không bị hụt hẫng. Trước khi gác máy, cần phải cảm cm người nghe và chào tạm biệt họ, có thể hẹn gặp lại lần khác.

Tóm lại, để trở thành người gọi điện thoại có kỹ năng, cần chú ý và tuân thủ những yêu cầu sau:

- Trách nhiệm của người gọi là phải giới thiệu những thông tin căn bản nhất về mình :

+ Xin chào, tôi là...

- Luôn nhận thức một cách chính xác về:

+ Thời gian gọi.

+ Thời điểm gọi..

+ Thời lượng cuộc gọi.

+ Không nói quá dài.

+ Hỏi ý kiến người nghe có thể nói chuyện được không hay sẽ gọi ào dịp khác.

+ Xin phép trước nếu cần phải trao đổi hơi lâu.

+ Luôn nắm chắc thông tin về đối tượng trước khi gọi và khi bắt liu gọi.

- Không được phép sơ suất: nói nhầm tên, quên chức vụ của người nói chuyện, quên tên công ty...

- Kiểm tra số điện thoại trước khi gọi để tránh nhầm lẫn.

- Nếu vô ý nhầm số hãy nhanh chóng xin lỗi và nhẹ nhàng cúp máy.

- Kiên nhẫn chờ người khác bắt máy và có sự tập trung cần thiết.

- Hãy tưởng tượng rằng người nghe có thể đang ở xa máy điện thoại.

- Không ăn uống, hay hắng giọng . . . khi gọi điện thoại.

- Luôn hình dung họ đang nhìn chúng ta nên hãy cố gắng gây cảm xúc bằng chính thái độ và sự ứng xử của mình.

- Nếu muốn tìm một người nào đó (người muốn tìm không phải là người bắt máy) thì hãy nhẹ giọng và vui vẻ để lời nhắn hoặc báo danh tính:

+ Xin vui lòng cho phép ...

+ Xin lỗi, tôi muốn gặp ...

+ Xin vui lòng cho tôi gửi lại lời nhắn...(kể cả nhắn qua hộp thư thoại cũng phải giữ thái độ thật lịch sự).

2.4.2. Nghe điện thoại

Khi có điện thoại gọi đến, nên bắt máy chậm nhất là sau hồi chuông thứ ba. Tốt nhất là nên bắt máy sau khi nghe hai tiếng chuông bởi vì nếu bạn bắt máy sau tiếng chuông thứ nhất thì có thể sẽ khiến người nghe suy nghĩ là bạn quá háo hức chờ đón điện thoại còn nếu đế chuông reo quá lâu thì lại tạo cảm giác bạn không muốn nghe điện thoại của họ.

Khi bắt điện thoại, cần xưng danh ngay họ tên cá nhân hoặc tên của công ty, tổ chức. Ví dụ: "Hoàng Anh ở bộ phận marketing xin nghe'' hoặc "Phòng Xuất nhập khẩu - công ty Hữu Nghị xin nghe". Nếu một tổ chức có nhiều bộ phận thì nên thu âm sẵn lời chào ở tổng đài khi có người gọi đến tổng đài và phân ra các số điện thoại nhánh đến từng bộ phận. Khi trả lời điện thoại, không cần thiết sử dụng những từ thừa như "alô", "ạ", "dạ"... mà nên xưng danh ngay.

Cũng giống như giao tiếp trực tiếp, giao tiếp qua điện thoại đòi hỏi phải biết lắng nghe và không nên cắt ngang lời người nói. Khi không nghe rõ thông tin, có thể đề nghị người bên kia nói lớn hơn, rõ hơn hoặc nói chậm lại hay nhắc lại để hiểu đúng ý những gì người kia muốn nói. Nếu vẫn chưa hiểu rõ ý người nói, có thể nhắc lại và xác nhận lại với bên kia những gì mình nghe được.

Khi đang nghe điện thoại mà những người xung quanh quá ồn ào. bạn nên dùng ám hiệu để nhắc mọi người giữ yên lặng, tránh tình trạng lớn tiếng với người khác trong khi đang trả lời điện thoại. Nếu có việc cần thiết phải tạm dừng điện thoại thì phải xin lỗi người bên kia và nói họ vui lòng chờ trong giây lát để giải quyết nhung không được để người nghe chờ đợi quá lâu.

Nếu là điện thoại chung, bạn là người bắt máy nhưng người gọi đến muốn gặp một người khác thì nên nhẹ nhàng đề nghị họ chờ trong giây lát đe chuyến máy tới người cần gặp. Trong trường hợp người đó đi vắng, cũng cần thông báo cho bên kia biết và hỏi xem có muốn đề lại tin nhắn không. Nếu người gọi đến muốn để lại tin nhắn, phải ghi ra một tờ giấy và chuyển lại cho người vắng mặt.

Bạn nên để cho người gọi đến chủ động kết thúc cuộc gọi trước khi họ đã hết thông tin cần trao đổi. Nên cảm ơn người gọi đến và chào tạm biệt họ trước khi gác máy.

Còn một người nghe điện thoại chuyên nghiệp trong tổ chức cần đảm bảo những điều kiện sau:

- Trả lời ngay nếu có thể. Tuy nhiên, hợp lý nhất là sau hồi chuông thứ hai.

- Chú ý đến câu chào đầu vì chính câu nói đầu tiên sẽ tạo được thiện cảm cho người nghe.

+ Đây là... xin kính chào quí khách

- Luôn tỏ ra nồng nhiệt, quan tâm và ngọt ngào khi bắt đầu sử dụng điện thoại.

- Phát âm rõ ràng. Đừng quá trầm giọng hoặc the thé vì những điều này sẽ gây phản cảm đối với người nghe.

- Xin phép người nghe nếu như muốn mở nút phóng thanh để nghe chung.

- Luôn chú ý đến người gọi, biết đặt những câu hỏi và trả lời một cách chính xác.

- Lắng nghe và tỏ ra mình đang lắng nghe thật sự.

- Khéo léo dùng những yếu tố kích thích quá trình nói của người gọi: dạ, vâng...

- Biết tóm tắt nội dung cuộc nói chuyện sau khi nắm được những 'hông tin quan trọng.

- Biết hỏi lại khi cảm thấy thông tin nào đó là quan trọng hoặc là cần thiết phải kiểm tra lại.

- Luôn ghi chép hoặc thu âm nếu cảm thấy cần.

- Nếu cần rời máy điện thoại để giải quyết một việc quan trọng hơn hoặc nghe một cuộc điện thoại khác thì hãy nhẹ nhàng nói lời xin lỗi và thương lượng thật nhanh chóng.

- Luôn luôn biết phối hợp nghe, ghi chép, tìm thông tin một cách hợp lý, thuần thục:

+ Kẹp ống nghe vào vai.

+ Ghi tốc ký hoặc viết nhanh.

+ Tay còn lại tìm hồ sơ.

- Ứng xử khéo léo khi muốn kết thúc cuộc gọi:

+ Xin lỗi...

- Vấn đề này rất thú vị. Tôi sẽ gọi lại cho... khi nào xong việc.

- Luôn biết kiềm giữ cảm xúc khi quyết định nhấc điện thoại để nghe...

- Hãy bình tĩnh để thích nghi thay vì căng thẳng, mệt mỏi, và trốn tránh

- Nên nhớ rằng bạn có quyền làm chủ cuộc giao tiếp qua điện thoại chứ không chỉ có người gọi

- Đừng quên rằng việc giao tiếp qua điện thoại là phương thức giúp bạn biết cách chinh phục người giao tiếp.

2.4.3. Những điều cần lưu ỷ khi sử dụng điện thoại

Khi sử dụng điện thoại, bạn cần lưu ý một số điều sau đây:

- Chú ý đến thái độ và chất giọng. Khi giao tiếp qua điện thoại, chủ thể và đối tượng giao tiếp chỉ có thể cảm nhận được về nhau thông qua giọng nói. Nói khác đi, giọng nói dường như là “nhan sắc” của bạn khi giao tiếp qua điện thoại. Do vậy, khi nói chuyện điện thoại, bạn cần thể hiện thái độ thân thiện và một chất giọng đầy thiện cảm. Khi đó, người nghe sẽ có thể cảm nhận được và sẵn sàng hơn cho cuộc đối thoại.

- Nói rõ ràng, ngắn gọn. Những thông tin được truyền đi cần phải đảm bảo tính rõ ràng, tránh để người nghe hiểu lầm. Đồng thời, cần phải truyền đạt một cách ngắn gọn những thông điệp muốn chuyển đến người nghe, nhất là khi sử dụng điện thoại chung của công ty, tổ chức.

- Điện thoại là một công cụ giao tiếp thông dụng và hữu ích nhưng không phải thông tin và nội dung nào cũng có thể giao tiếp qua điện thoại, nhất là những nội dung liên quan đến tình cảm, cảm xúc của con người. Bạn không nên quá lạm dụng vào điện thoại để thay thế cho những cuộc trao đổi trực tiếp. Đôi lúc, việc giao tiếp qua điện thoại chỉ ỉà bước mở đầu cho cuộc giao tiếp tiện lợi.

2.5. Kỹ năng giao tiếp bằng thư tín

2.5.1. Những vẩn đề chung về thư tín

Thư tín là loại văn bản không mang tính chính thức, được dùng để trao đổi thông tin giữa các cá nhân, tổ chức.

Mặc dù có sự xuất hiện của các công nghệ và phương tiện giao tiếp nện đại như máy tính, internet, điện thoại..., giao tiếp bằng thư tín vẫn tồn tại, nhất là trong hoạt động làm ăn, kinh doanh và trong môi trường tình chính. Giao tiếp bằng thư tín có những đặc trưng riêng và đòi hỏi i đảm bảo những nguyên tắc nhất định.

Có nhiều loại thư tín khác nhau tuỳ theo mục đích của người viết B các loại thư đặt hàng, thư cảm ơn, thư xác nhận, thư khiếu nại, thư đáp... Hầu hết các loại thư trong hoạt động thương mại đều có 2 một cấu trúc như sau:

- Tiêu đề: tên công ty, doanh nghiệp, địa chỉ, số điện thoại, số fax

- Địa danh và ngày, tháng: ghi rõ địa danh, ngày... tháng... năm...

- Tên và địa chỉ người nhận: ghi rõ tên và địa chỉ của nơi nhận

- Lời chào: thường bắt đầu bằng: Thưa Quý ông/bà hoặc Thưa Quý công ti, doanh nghiệp

- Nội dung: đây là phần chính của bức thư. Trong phần này, cần phải được những câu hỏi sau:

- Mục đích viết thư là gì?

- Những điều gì cần trao đổi?

- Điều mong đợi là gì?

- Lời chào kết thúc: thể hiện sự lịch sự để chấm dứt lá thư. Lời chào phải phù hợp với người nhận thư và tương xứng với phần mở đầu.

- Ký tên và ghi chức vụ: ký tên, ghi rõ họ tên và chức vụ của người viết thư để thể hiện sự trân trọng đối với người nhận. Người viết nên đích thân ký tên vào lá thư, tránh tình trạng sử dụng chữ ký được in sẵn sẽ tạo cảm giác không trân trọng đối với người nhận.

2.5.2. Nguyên tắc viết thư tín

Khi viết thư tín, bạn cần tuân thủ một số nguyên tắc sau đây:

- Nội dung rõ ràng, là điều hết sức quan trọng. Những từ ngữ sử dụng trong thư phải rất dễ hiểu để có thể truyền đạt chính xác nhất gì bạn muốn nói đến người đọc, tránh những hiểu lầm không đáng có.

- Đi thẳng vào vấn đề là yêu cầu kế tiếp. Bạn không cần dài dòng hay vòng vo mà nên đi trực diện vào vấn đề chính để người nhận có thể đáp ứng.

- Chính xác cũng là một nguyên tắc cơ bản. Những thông tin trong thư phải đảm bảo tính chính xác, nhất là những thông tin về trị giá hợp đồng, thời gian, địa điểm...

- Đầy đủ là một yêu cầu hướng đến chất lượng thông tin thư tín. Nghĩa là bạn phải cung cấp đầy đủ mọi thông tin cần thiết cho người nhận, như khi viết thư đặt hàng thì phải ghi đầy đủ số lượng, chủng loại, màu sắc, ngày, giờ giao hàng, địa điểm giao hàng, phương thức thanh toán, người nhận hàng... để quá trình giao dịch có thể diễn ra một cách thuận lợi.

- Thận trọng, có nghĩa là những thông tin, nội dung trong thư được kiểm tra kỹ càng trước khi phát hành. Đây là nguyên tắc giao tiếp chuyên nghiệp bằng thư tín.

- Nhã nhặn, lịch sự, cho dù là thư phàn nàn hay khiếu nại thì những ngôn từ được sử dụng trong thư cũng phải đảm bảo sự nhã nhặn, sự cần thiết. Điều này làm cho giao tiếp bằng thư tín sẽ dễ dàng những xung đột không đáng có.

2.5.3. Cách viết thư tín

Có nhiều cách viết thư tín khác nhau tuỳ thuộc vào các nền văn hay văn phong riêng của mỗi cá nhân. Nếu căn cứ theo phương pháp diễn đạt thì có thể chia thành hai loại: viết theo phong cách quy nạp và phong cách diễn dịch.

- Viết theo phong cách diễn dịch tức là đưa những ý chính, ý trọng tâm lên đầu thư rồi sau đó mới giải thích. Với cách viết này sẽ thu hút sự chú ý của người đọc ngay từ đầu thư. Loại này thường được sử dụng khi viết thư chúc mừng, thư báo tin vui hay đơn đặt hàng.

- Viết theo phong cách quy nạp tức là đưa ra những lý lẽ, những chứng cứ để giải thích trước rồi mới đề cập đến ý chính, ý kết luận sau. Cách viết này thường được áp dụng cho loại thư mang đến cho người đọc những phản ứng tiêu cực và những điều khong mong muốn như thư từ chối hoặc thư huỷ hợp đồng... Phong cách viết thư này có lợi ích là làm cho người đọc sẽ đọc hết nội dung của bức thư, tránh tình trạng do những phản ứng tiêu cực mà xé bỏ lá thư

ngay từ đầu. Đồng thời, nó sẽ làm giảm đi sự hẫng hụt của người đọc để họ có thể tiếp nhận những điều không mong đợi.

2.5.4. Kỹ năng viết một so thư tín cụ thể

Dưới đây là một mẫu thư giao dịch trong thương mại theo chuẩn quốc tế phổ biến.

SUNSHINE FLAVOURS LTD

44 Emerald Drive, Shannon Technology Park,

Cork COÓ 9TS, Republic of Irlanđ

Mme Susanne Duírais,

Les Gourmets du Poitou S.A.,

33, rue Mirabeau,

44000 Poitiers, France

18 January 2009

Dear Madam,

Your request for our catalogue and price list

As requested, we enclose for your attention our price list and catalogue. I should like to tcke this opportunity of drawing your attention to fact that all our Products are manufactured from completely natural ingredients and that we do not utilize any artihcial additives whatsoever.

There are 213 different items in the catalogue and our prices are resonable and our quality is good. This is the first time that we have include Scratch ’n’ SniffTM samples of our ten most popular aromas.

Should you require íhrther information, please do not hesitate to contact us. If the undersigned is unavailable, the Sale Manager’s personal assistant will be delighted to assist you.

We look forward to receiving your esteemed order in due course.

Your faithfully, J.G.O’Reilly, Sales Manager

Telex: 449801 Telephone: 02123459

Cables: SUNSHINE, CORK

a. Thư đặt hàng

Thư đặt hàng nên sử dụng theo cách viết diễn dịch, tức là nêu ra yêu cầu về hàng hoá ngay từ đầu thư đế bên đối tác biết và thực hiện.

Ví dụ:

Kỉnh gửi ông Trần Quang Tuấn - Giảm đốc Công TNHH Tiên Tiến.

Đề nghị ông cho chuyển đến và lắp đặt 10 bồn chứa nước bằng inox, hiệu Toàn Mỹ, dung tích 1000m3 tại công trình xây dựng của công ty chúng tôi tại địa chỉ 300 Tô Kỷ, phường Trung Mỹ Tây, quận 12 trong ngày 28 tháng 10 năm 2011. Giá trị của hợp đồng sẽ được chúng tôi thanh toán bằng tiền mặt một lần ngay sau khi hoàn tất việc lắp đặt

Chân thành cảm ơn và trân trọng kính chào Ông.

Tổng Giám đốc Tập đoàn Hương Sen

b. Thư xác nhận đơn đặt hàng

Khi viết loại thư này, cần bao gồm những nội dung sau:

- Thể hiện niềm vui khi nhận được đơn đặt hàng.
- Có thể giới thiệu thêm một vài mặt hàng của công ty.
- Xác nhận sẽ đáp ứng kịp thời nhu cầu đặt hàng của khách hàng
- Cảm ơn về sự tín nhiệm của khách hàng và hy vọng sẽ tiếp nhận được những đơn đặt hàng mới.

Ví dụ:

Kính gửi ông Hoàng Minh – Tổng Giám đốc Tập đoàn Hương Sen

Chúng tôi rất vinh hạnh khi nhận được đơn đặt hàng của ông để mua và lắp đặt 05 bồn chứa nước inox hiệu Toàn Mỹ, dung tích 1000m3 tại công trình xây dựng sổ 300 Tô Kỷ, phường Trung Mỹ Tây, quận 12, thành phố Hồ Chí Minh trong ngày 28 thảng 10 năm 2011. Hiện nay, chúng tôi đã chuân bị sẵn sàng và sẽ cử những thợ lành nghề nhất đến lắp đặt theo đúng yêu cầu của ông.

Xin chân thành cảm ơn sự tín nhiệm của ông và Quỷ Tập đoàn. Chúng tôi rất vui lòng và hy vọng sẽ tiếp tục được phục vụ ông trong thời gian tới.

Trân trọng

Giám đốc Công ty TNHH Tiên Tiến

c. Thư từ chối đơn đặt hàng

Đối với loại thư này, cần có những nội dung sau:

- Thể hiện niềm vui khi nhận được đơn đặt hàng.
- Đưa ra lý do phải từ chối đơn đặt hàng.
- Có thể giới thiệu cho khách hàng một số địa chỉ cung cấp khác.
- Bày tỏ hy vọng được phục vụ khách hàng trong một dịp khác hay tình huống khác.

Kính gửi: Ông Xuân Thanh - Giảm đốc Công ty TNHH Hoàn Hảo

Chúng tôi rất vui mừng khi nhận được yêu cầu của ông và Quý công ty đề nghị cung cấp dịch vụ tổ chức sự kiện nhân ngày thành lập công ty tại nhà hàng Hoàng Đế - số 28 Trần

Quang Khải, phường Tân Định quận 1, thành phố Hồ Chí Minh vào ngày 21 thảng 11 năm 2011. Tiếc rằng nhà hàng Hoàng Đế hiện đang trong quá trình sửa chữa và không thể hoàn thành trước thời điểm mà Quý Công ty đề nghị. Do vậy, chúng tôi không thể đáp ứng nhu cầu của Ông được. Chúng tôi xin giới thiệu với Ông và Quỷ Công ty một nhà hàng khác cũng thuộc hệ thống quản lý của công ty chúng tôi, đó là nhà hàng Huynh Đệ tại số 360 Hai Bà Trưng, phường Tân Định, quận 1, thành phố Hồ Chí Minh với cơ sở vật chất và dịch vụ tương tự như nhà hàng Hoàng Đế.

Chúng tôi rất mong sẽ được phục vụ ông và Quý Công ty!

Trân trọng.

Công ty TNHH tổ chức sự kiện Sao Sáng

Giám đốc

Lê Minh

d. Thư mời

Thư mời là loại thư bày tỏ mong muốn ai đó đến tham dự một sự kiện nào đó của cá nhân hay tổ chức. Thư mời cần ngắn gọn nhưng phải nêu bật được thiện chí của người mời và tóm gọn những thông tin căn bản về sự kiện đó. Quan trọng nhất của thư mời là thể hiện được sự thiện ý và những mong mỏi về sự tham gia của người được mời.

Ví dụ:

Kính gửi: Bà Thanh Thảo - Trưởng Ban Nữ công Công ty Hoa Nán.

Trân trọng kỉnh mời Bà tới dự lễ kỷ niệm ngày thành lập Hội Li hiệp phụ nữ Việt Nam 20/10/2016.

Thời gian: lúc 19 giờ 00, ngày 20 tháng 10 năm 2016

Địa điểm: Nhà khách Công ty Hoa Nắng, so 180 Cộng Hoà, phư 7, quận Tân Bình, thành phố Hồ Chỉ Minh.

Chương trình lề kỷ niệm bao gồm:

- Văn nghệ chào mừng
- Phát biểu khai mạc của lãnh đạo
- Ôn lại truyền thong hào hùng của phụ nữ đường lịch sử
- Trao danh hiệu Phụ nữ Hai giỏi
- Dùng tiệc đứng
- Bế mạc

Sự có mặt của Bà sẽ góp phần làm cho buoỉ lễ thêm phần long trọng.

Giám đốc Công ty Hoa Nắng

Khi nhận được thư mời, bạn nên phúc đáp lại. Đối với những mối quan hệ thân quen, có thể phúc đáp bằng điện thoại nhưng với những mối quan hệ đối tác làm ăn, bạn nên xác nhận lại bằng văn bản sao cho đúng lễ tiết và thân tình.

Ví dụ:

Kính gửi: Bà Phạm Hương - Giám đốc Công ty Hương Việt

Tôi rất hân hạnh khi được mời tham dự chuyến du lịch Hồng Kông cùng công ty Hương Việt. Tuy nhiên, rất lấy làm tiếc vì thời gian đó tôi đang đi công tác ở Hà Lan nên không tham dự cùng Quý công ty được.

Xin chúc toàn thể lãnh đạo, nhân viên của Quỷ công ty có một thuyên du lịch thú vị!

Kính thư

Phan Nguyên Hương

e. Thư cảm ơn

Khi nhận được sự quan tâm, giúp đỡ, tạo điều kiện của một ai đó, lẻn bày tỏ sự cảm kích và sự cảm ơn. Trong một bức thư cảm ơn, bạn ân phải nêu lý do cảm ơn, đưa ra một vài cảm nhận đối với sự giúp đỡ nhận được và gửi lời chúc sức khoẻ đến người đã giúp đỡ mình với sự chân thành.

Ví dụ:

Kính gửi: Chị Hồng Nhung

Cảm ơn Chị thật nhiều về sự hướng dẫn tận tình trong thời gian tôi lưu lại Singapore vừa qua.

Nhờ có sự hướng dẫn của Chị, tôi đã được thưởng thức những danh lam thắng cảnh nổi tiếng và cả những điểm đến thú vị của đất nước Singapore xinh đẹp. Những ngày đó thật là ẩn tượng và hết sức thủ vị đối với tôi.

Một lần nữa, xin chân thành cảm ơn Chị!

Mến chúc Chị dồi dào sức khoẻ, thành công trong công việc và hạnh phúc trong cuộc sống!

Trân trọng.

Phan Nguyên

2.6. Kỹ năng kiềm chế cảm xúc

Cảm xúc của con người dường như vô tận và nhiều người cho rằng cảm xúc làm sao có thể kiềm chế được. Nhưng thực tế cho thấy con người vẫn có thể điều tiết hay kiềm chế cảm xúc của mình trong một chừng mực nào đó. Nếu cho rằng cảm xúc có căn nguyên từ bên trong

tâm lý của con người và những biểu hiện như vui, buồn, giận, hờn chỉ là những biểu hiện bên ngoài thì tại sao lại không kiềm chế được?

2.6.1. Khái niệm

Hiểu một cách đơn giản, cảm xúc là những rung động của con người trước một sự vật - hiện tượng hay một đối tượng nào đó trong cuộc sống. Cảm xúc nảy sinh theo một quy luật rất tự nhiên của sự phản ứng. Một lời nói của một cá nhân tác động đến chúng ta, một tình huống quá bất ngờ, một hành động thô kệch... tất cả đều đem lại những cảm xúc khác nhau. Thông thường, có thể nhìn nhận ở con người hai loại cảm xúc: cảm xúc tích cực và cảm xúc tiêu cực. Cảm xúc tích cực có được khi đối tượng tiếp xúc tạo nên sự thoải mái, dễ chịu. Cảm xúc này thường làm cho con người có được tâm trạng vui tươi, hạnh phúc, sung sướng... Còn cảm xúc tiêu cực thường xuất hiện khi cá nhân chúng ta nảy sinh sự khó chịu, sự căng thẳng, bực dọc, nóng nảy... Chính cảm xúc tiêu cực sẽ làm cho cá nhân có cảm giác rất khó chịu, từ đó cũng có thể đẩy mối quan hệ đi đến sự căng thẳng không đáng có. Điều này cho thấy nếu thực sự không kiềm chế thì mỗi người chúng ta sẽ có thể làm tổn thương chính mình, tổn thương người khác cũng như tổn thương mối quan hệ đã được dày công xác lập. Lẽ đương nhiên, khi cảm xúc của con người đã tiêu cực, khả năng thực hiện hành động sẽ bị giảm sút một cách bất ngờ theo hướng "giận quá mất khôn"...

Kỹ năng kiềm chế cảm xúc chính là khả năng con người có thể điều chỉnh cảm xúc của mình theo mục tiêu nhất định nào đó với những yêu cầu cụ thể để hướng đến sự giao tiếp có lợi nhất.

Kiềm chế cảm xúc là một kỹ năng rất cần thiết đối với những cá nhân phải thực hiện những công việc dưới nhiều áp lực. Đặc biệt là nguy cơ quá tải về công việc và sự bực dọc của cá nhân trong mối quan hệ với người khác có thể làm cho con người dễ nóng nảy. Nhận ra cảm xúc của chính mình và quản lý cảm xúc đó theo hướng kiềm chế nó một cách tạm thời là điều cần thiết. Một nguyên lý đặc biệt của việc kiềm chế cảm xúc là con người sẽ tìm những phương thức để giải toả cảm xúc của mình nếu con người chưa thể tự thân cân bằng nó một cách hữu hiện...

2.6.2. Sự cần thiết của việc kiềm chế cảm xúc

Thiếu kiềm chế cảm xúc, nhùng hậu quả tai hại có thể xảy ra. Làm người khác khó chịu, giận dỗi; làm tổn thương người thân, làm giảm giá trị của chính mình. Câu chuyện của Tuấn là một ví dụ điển hình. Khi phát hiện mẹ mình đã đọc lén nhật ký, Tuấn đùng đùng nổi giận la toáng lên và xé quyển nhật ký trước mặt mọi người trong buổi cơm chiều...

Khi nghe mẹ giải thích rằng mẹ không cố tình và lẽ ra Tuấn phải xử lý khác hơn vì hôm ấy có mặt anh rể. Tuấn cảm thấy quả thật là mình quá đáng. Thế nhưng Tuấn cũng băn khoăn rằng liệu phải chăng có thể kiềm chế cảm xúc dù Tuấn biết kiềm chế cảm xúc sẽ có lợi cho mình trong ứng xử. Kiềm chế cảm xúc không có nghĩa là triệt tiêu cảm xúc hoàn toàn hay đẩy cảm xúc vào một góc hẹp mà hoàn toàn có cơ hội bộc lộ.

Khi giận dữ, thông thường bạn sẽ như thế nào và ra sao? Chắc chắn lúc ấy không thể xinh đẹp về mặt hình thức, không thể bình tĩnh về mặt tinh thần, không thể linh hoạt và sáng suốt để xử lý... Tất cả đều là những bất lợi cho bạn nếu thiếu khả năng kiềm chế cảm xúc...

Trong quan hệ giao tiếp, nếu bạn biết kiềm chế cảm xúc, mối quan hệ sẽ diễn ra một cách rất thuận lợi. Người giao tiếp cùng với bạn cảm nhận rằng bạn là một người rất tôn trọng người khác trong giao tiếp.

Hơn thế nữa, việc kiểm soát cảm xúc của chính bạn làm cho bạn cảm nhận một cách đầy đủ và trọn vẹn tình huống giao tiếp để hướng đến sự thành công.

Việc biết quản lý cảm xúc hay kiềm chế cảm xúc sẽ giúp bạn định hướng cuộc giao tiếp hiệu quả, hỗ trợ cho quan hệ giao tiếp diễn ra thật sự thông thoáng và tránh được những mâu thuẫn hay những xung đột không đáng có và cuộc giao tiếp sẽ đạt được mục đích như mong đợi.

Cơ sở của kỹ năng kiềm chế cảm xúc này dựa trên nền tảng của trí tuệ cảm xúc. Tác giả Boyatzis cho rằng "Trí tuệ cảm xúc là năng lực nhận biết những tình cảm của mình và của người khác đề tự thúc đẩy minh, kiểm soát quản lý xúc cảm của mình và điều khiển quản lý các quan hệ với người khác trong cuộc sống" (Boyatzis et al, 1999). Hay tác giả Daniel Goleman cho rằng: "Trí tuệ cảm xúc bao gồm năng lực tự kiềm chế, kiếm soát nhiệt tình, kiên trì và năng lực tự thôi thúc bản thân mình".

Các nhà nghiên cứu trên đã vạch ra nhiều định nghĩa về trí tuệ cảm xúc, tuy nhiên có thể nhận thấy trí tuệ cảm xúc là một phẩm chất phức hợp, đại diện cho những cái khó thấy, khó nắm bắt như tự ý thức, tự nhận thức, tự tin, sự thấu cảm, tính kiên nhẫn, khả năng kiềm chế cảm xúc... Trí tuệ cảm xúc ở góc độ chung nhất liên quan đến những năng lực nhận biết, vận hành các xúc cảm của mình, của người khác và các thành tố cần chú ý ở đây là: tự biết mình, tự quản, nhận biết các quan hệ xã hội và quản lý kiểm soát các quan hệ xã hội. Bốn thành tố này được tất cả các phiên bản chính của lý thuyết chấp nhận dù rằng có thể gọi tên khác nhau.

2.6.3. Một số yêu cầu cần thực hiện

Bộc lộ cảm xúc của mình một cách thoải mái trong những trườnơ hợp mà chính bạn cảm thấy “được phép” thì khả năng bộc lộ cảm xúc cũng như khả năng kiềm chế cảm xúc đồng thời được tăng lên. Khi tức giận, đừng đau khổ hay nhăn nhó mà hãy chịu khó soi gưcmg, chính bạn sẽ có thế tự điều chỉnh. Khi nổi nóng, hãy cố gắng dùng đôi bàn tay thật nhẹ nhàng gõ vào đôi má xinh xắn vài lần, bạn sẽ cảm thấy nhẹ nhõm... Hãy cố gắng soi gương một cách thường xuyên, hãy chịu khó tập cười thường xuyên trước mọi người thì khả năng kiềm chế cảm xúc của bạn sẽ bất ngờ được cải thiện và nâng cao... Tất cả cảm xúc của bạn sẽ được đưa vào khung giới hạn trong những trường hợp cần thiết nhưng vẩn được bộc lộ một cách thoải mái trong những trường hợp khác... Đấy chính là kiểu kiềm chế cảm xúc một cách khoa học.

Nếu cảm thấy bị dồn ép một cách quá đáng, bạn có quyền khóc một cách rất thoải mái nhưng hãy thật khôn ngoan để lựa chọn thời điểm. Nếu nhận thấy mình cần phải giải tỏa những cảm xúc bực dọc một cách mạnh mẽ, cũng có thể đi dạo bờ biển hoặc đứng giữa đất trời bao la để la thật to, hét thật lớn... những rối nhiễu từ cảm xúc của bạn sẽ được giải phóng một cách rất nhẹ nhàng và như vậy kiềm chế cảm xúc sẽ thành biện pháp để bạn thực sự tỉnh táo và sáng suốt...

Một lúc nào đó rảnh rỗi, hãy cố gắng vẽ thật nhiều chữ o, bạn sẽ cảm nhận được các chữ o ấy không thực sự tròn và không thể giống nhau. Mỗi người trong cuộc sống cũng như thế và từng hoàn cảnh khác nhau cũng như thế nên chúng ta không có quyền đòi hỏi họ làm vừa ý mình. Nếu họ có làm gì đó khiến ta tức giận, đó cũng là chuyện rất hình thường như khi chúng ta viết chữ o không thể tròn như ý muốn... Thay vì tức giận, tại sao không cố gắng bình tĩnh để sáng suốt tìm ra cách làm cho chữ o thật sự đẹp hơn, tròn hơn?

Ngoài ra, để việc kiềm chế cảm xúc có thể trở thành một khả năng nhất định, cá nhân mồi người cần điều chỉnh hành vi của mình theo hướng:

- Thay đối nhận thức tự thản

+ Cố gắng ở mức cao nhất có thể có vì đó là trách nhiệm

+ Tự nhận thức rằng kiềm chế cảm xúc là có lợi nhất với chính mình và sau đó là với chất lượng của giao tiếp

+ Hình dung những hậu quả có thể xảy ra khi giải quyết vấn đề hoặc khi ứng xử

- Làm chủ cảm xúc một cách thường xuyên

+ Luôn kiểm tra cảm xúc của chính mình trong gương

+ Nở nụ cười hoặc tỏ ra thân thiện nếu có thể (trong giao tiếp với người khác)

+ Bày tỏ cảm xúc hoặc bùng nổ cảm xúc khi cần thiết để tạo ra sự cân bằng về tâm lý - cảm xúc trong những mục tiêu giao tiếp khác nhau:

+ Tạo ra sự tương tác, cảm xúc chủ động với các cá nhân khác trong giao tiếp

- Hoạch định công việc và cân bằng cuộc sống:

- Lập thời khóa biểu làm việc khoa học và hợp lý

- Chọn cho cá nhân một hình thức giải trí, một kiểu giải trí nhất định

- Cân bằng và điều tiết cảm xúc bằng những hành vi tâm lý

+ Tạo ra những thói quen hợp lý đối với cảm xúc trong cuộc sống: giao lưu, chia sẻ, tham vấn, viết nhật kí, xé giấy, hát to, phá tan không gian tĩnh lặng...

- Tự trấn an tâm lý và nỗ lực ý chí:

+ Khẳng định với bản thân theo phương châm: “Những gì bạn nói có thể, bạn sẽ có thể thực hiện. Những gì bạn nói không thế, bạn sẽ không thể thực hiện”

+ Ám thị tâm lý theo phương châm “tĩnh chế động” và “điểm lặng sẽ thắng ánh sáng”

2.7. Kỹ năng thuyết phục

Trong quá trình giao tiếp, sự đồng thuận không phải bao giờ cũng diễn ra. Có những trường hợp, chủ thể giao tiếp phải tích cực làm cho người cùng giao tiếp đồng thuận với một quyết định, thay đổi một suy nghĩ, một thái độ... vì vậy thuyết phục trở thành kỹ năng không thể thiếu. Khi có sự bất đồng ý kiến, khi có sự khác biệt về suy nghĩ, sự thuyết phục trở thành một đòi hỏi chính đáng. Vì mục đích của cá nhân cũng như mục đích của nhóm thì việc thuyết phục phải được triển khai để hướng đến một cái nhìn chung. Trên bình diện đó, kỹ năng thuyết phục như một yêu cầu tối cơ bản để tránh những mâu thuẫn trở nên trân trọng hay những xung đột không thể giải quyết.

2.7.1. Khái niệm

Có khá nhiều quan niệm khác nhau về thuyết phục. Mỗi quan niệm đề cập đến thuyết phục theo góc nhìn và cách thức tiếp cận của mình.

Hiểu theo nghĩa đơn giản nhất thì thuyết phục nghĩa là làm cho người khác đồng ý với mình, đồng thuận với mình bằng những lý lẽ. dẫn chứng

Hiểu theo nghĩa tương tác giữa con người và con người thì thuyễ: phục nghĩa là:

- Làm thay đổi quan điểm, thái độ của người khác

- Sử dụng lời nói và hành động để tác động

- Tác động vào mặt nhận thức lẫn tình cảm của con người để nhận được sự đồng ý

Ở một góc độ khác, thuyết phục được xem là khả năng dùng các công cụ gây ảnh hưởng hay làm cho người khác một việc gì đó dựa trên những tương tác của mình với người ấy.

Trên bình diện giao tiếp và kỹ năng giao tiếp, thuyết phục là kỹ năng đưa ra những tình tiết, sự kiện, phân tích, giải thích, lý giải có chứng cứ, luận lý làm cho người khác thấy đúng, thấy tin mà làm theo.

Ở đây, cần nhận ra rằng thuyết phục khác với việc sử dụng quyền lực để buộc người khác làm theo mình. Nếu chỉ dùng quyền lực để buộc người khác làm theo thì đấy lại là sự áp đặt, sự bắt buộc mang tính cưỡng chế bằng quyền uy. Còn nền tảng của thuyết phục là sự tác động đến nhận thức và tình cảm bằng những lý lẽ, bằng luận cứ - luận chứng hay thậm chí bằng rung động và sự thân thiện.

Hình 21: Thuyết phục là một quá trình tương tác tâm lý

2.7.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự thuyết phục

Để có thể thuyết phục người khác trong giao tiếp, chủ thể cần có những điều kiện khác nhau. Có thể nói sức mạnh của kỹ năng thuyết phục thuộc về sức mạnh của người thuyết phục. Điều căn cơ dễ dàng nhận ra đó là sự thuyết phục dựa trên những nhân tố sau: thái độ, uy tín, kinh nghiệm và thủ thuật.

Thứ nhất, thái độ thuyết phục hết sức quan trọng. Trong giao tiếp, con người đều có cái tôi hay cái bản ngã riêng. Nếu con người chạm vào cái tôi “dựng đứng” của người khác thì thật khó để có thể thuyết phục. Nhiều minh chứng cho thấy việc thuyết phục thành công bước đầu khi dựa vào thái độ của người thuyết phục. Những sai lầm về mặt thái độ như sau sẽ làm cho quá trình thuyết phục bị tắt nghẽn hay thậm chí là bị “dừng lại”: thái độ kể cả, thái độ hàm hồ, thái độ quá nôn nóng, thái độ quá mất bình tĩnh, thái độ thiếu sự tôn trọng người cần thuyết phục... Đe có thể thuyết phục trong giao tiếp thành công cần những yêu cầu cơ bản sau: thái độ thật bình tĩnh và mang tính chất lý tính, thái độ cần có sự nhẹ nhàng - thư thái, thái độ cần cẩn trọng và linh hoạt, thái độ bộc lộ được sự tôn trọng và trân trọng người cần thuyết phục... Chỉ có thể đảm bảo những yêu cầu này khi người thuyết phục phải nhận thức được mình làm chủ của thái độ ở chính mình một cách hiệu quả

Thứ hai là uy tín trong thuyết phục. Một người thực sự có uy tín sẽ dễ dàng trở thành người thuyết phục thành công trong những hoàn cảnh thông thường. Chính uy tín sẽ là sức mạnh ngàn cân có thể đem lạ: những hiệu ứng đầu tiên để người được thuyết phục dễ dàng chấp nhận. Lẽ đương nhiên, đấy phải là uy tín thực và là uy tín được gầy dựng trong mối quan hệ cuộc sống cũng như người được thuyết phục đã từng bị uy tín ấy của người thuyết phục

thuyết phục ít nhất một lần. Uy tín khi thuyết phục sẽ đem lại những mở đầu dễ dàng, thuận lợi và cũng chính uy tín ấy làm gia tăng sức mạnh tương tác để thuyết phục có lý có tình nhằm đạt đến mục đích ban đầu.

Thứ ba chính là kinh nghiệm và thủ thuật. Những kinh nghiệm và thủ thuật sẽ là hành trang không thể thiếu trong quá trình thuyết phục. Với kinh nghiệm vốn có, người thuyết phục sẽ mềm hoá những chiến lược thuyết phục của mình cũng như có thể neo đậu những mục đích thuyết phục mà không bị phân tâm. Hơn thế nữa, kinh nghiệm ấy có thể trở thành bản lĩnh để người được thuyết phục không dễ dàng nhận ra mục đích của sự thuyết phục rồi đóng cổng tâm lý, làm ngăn trở quá trình thuyết phục. Những thủ thuật thuyết phục khi được vận dụng cách khéo léo sẽ làm cho người thuyết phục trở thành một người có ảnh hưởng cũng như có sức mạnh thực sự để làm chủ quá trình thuy phục. Sự thay đổi chiến lược, sự tạm dừng thuyết phục, sự điều chỉnh hay bỏ qua các bước thuyết phục cũng là những chiến lược thực mạnh mẽ và thành công trong quy trình thuyết phục.

2.7.3. Một số yêu cầu trong thuyết phục

Để sự thuyết phục hiệu quả, chắc chắn người thuyết phục cần tuân thủ những yêu cầu khác nhau. Một quy luật tâm lý dễ dàng nhận ra là không phải ai cũng dễ dàng chấp nhận ý kiến của người khác ngay cả khi mình nhận thức rằng ý kiến của người khác xác đáng. Tuy nhiên, những yêu cầu cơ bản về sự thuyết phục sẽ dựa trên nền tảng những điều kiện của quy trình thuyết phục, những phương tiện thuyết phục, những kỹ thuật thuyết phục...

Thứ nhất, cần xây dựng bầu không khí bình đẳng.

Không thể phủ nhận rằng điều kiện về mặt "không gian" tâm lý ảnh hưởng khá nhiều đến sự thuyết phục. Những nghiên cứu cho thấy đây chính là điều kiện đầu tiên làm cho quá trình thuyết phục diễn ra một cách nhẹ nhàng và hiệu quả. Không khí bình đẳng trong thuyết phục sẽ anh hưởng tích cực đến cả hai đối tượng: người thuyết phục và người được thuyết phục. Cảm giác dễ chịu, thoải mái và thuận lợi ban đầu trở thành hành trang rất cần thiết để các bước thuyết phục được triển khai hiệu quả. Bầu không khí bình đẳng không những tạo cảm giác thoải mái mà còn đem lại sự an toàn tâm lý. Khi cả hai chủ thể cảm nhận rằng mình đang thực sự bình đẳng, thì chắc chắn rằng quá trình lắng nghe, sự tương tác tâm lý hay sự tiếp nhận thông tin kèm theo những luận cứ - luận chứng sẽ dễ dàng hơn và trên cơ sở đó, sự thuyết phục sẽ nhanh chóng nhất.

Thứ hai, cần tôn trọng và lắng nghe người đối thoại.

Thực chất của thuyết phục là sự giao tiếp hai chiều mang tính chất đối thoại. Sẽ thực sự sai lầm nếu quan niệm rằng thuyết phục chính là cách thức độc thoại thật lưu loát hay thật

nhẹ nhàng để đạt được các mục đích thuyết phục. Vì vậy, thuyết phục phải dựa trên nền tảng của sự lắng nghe và tôn trọng tuyệt đối người giao tiếp cùng mình.

Biểu hiện của sự tôn trọng này thể hiện ở những góc nhìn như: phải chú ý đến tuổi tác, nghề nghiệp và kinh nghiệm của người cần thuyết phục. Không những thế, còn phải thực sự quan tâm đến những thói quen những "quy phạm" mà người ấy đã đặt ra. Ngoài ra, sự tôn trọng còn thể hiện ở thái độ và phương án thuyết phục theo những sự tương tác thích ứng mà không phải là những cách thức chết cứng.

Biểu hiện của việc lắng nghe đó là sự thuyết phục phải dựa vào sự trao đổi hai chiều. Không phải những lý lẽ của sự thuyết phục đều được tiếp nhận một cách thụ động. Chính vì vậy, trong thuyết phục phải biết lắng nghe những phản ứng đầu tiên của người khác. Thậm chí hiểu theo nghĩa rộng thì sự thuyết phục này còn đòi hỏi phải lắng nghe được bằng cách dự đoán những phản ứng của người khác khi vừa thuyết phục. Sự lắng nghe còn được thực hiện trong suốt quá trình thuyết phục để có thể làm chủ cuộc thuyết phục hay điều chỉnh chiến lược ứng phó một cách khoa học nhất. Ngay trong việc thuyết phục, phải thừa nhận những ý kiến của người khác nếu nó hợp lý, phải đồng tình với những lý lẽ mà họ đưa ra nhưng có sự kiên định để tiếp tục đưa ra những phản biện mới hay những minh chứng mới để tránh sự xung đột. Đó cũng chính là thái độ biết lắng nghe để điều chỉnh theo mục tiêu đã định.

Thứ ba, thuyết phục phải có cơ sở và những luận cứ khoa học.

Để thuyết phục một đối tượng cần nhất là phải có lý lẽ. Những lý sẽ trở thành công cụ hết sức quan trọng đảm bảo cho việc thuyết phục diễn ra một cách khoa học. Không dễ dàng làm cho người khác tin nghe theo nếu thiếu lý lẽ cho nên lý lẽ tạo hiệu ứng niềm tin để thay đổi. Song hành với những lời nói mang tính chất thuyết phục là những hành vi đề nghị chấp nhận. Những luận cứ luận chứng là những bằng chứng rất quan trọng thúc đẩy câu hỏi: hãy nghe tôi đi. Nếu luận cứ luận chứng càng chắc chắn thì sự chấp nhận càng dễ dàng. Nếu luận cứ luận chứng càng thiếu sức mạnh thì sự thuyết phục sẽ thiếu cơ sở hay thiếu nhiều "chân đế" để đứng vững. Điều quan trọng mà người thuyết phục chú ý đó là không chỉ sống với những chứng cứ chết mà hãy làm c những chứng cứ ấy thật sự sống động. Điều đó cho thấy chứng cứ sẽ tính thuyết phục hơn nếu có những ví dụ minh hoạ, có những con số 1 cho vấn đề tràn sức sống và mãnh liệt hơn bao giờ hết.

Thứ tư, thuyết phục cần một chuỗi những lời nói và hành vi tích cực.

Thuyết phục không phải là sự năn nỉ hay càng không phải là sự van nài. Thực chất của vấn đề thuyết phục là việc dùng lời nói và những hành vi tích cực để khuyến khích sự chấp nhận hay sự đổi thay. Để làm được điều này, lời nói cần phải đủ sức mạnh để đẩy người khác

đi đến sự đồng ý. Không nhất thiết phải quá lưu loát hay cũng chẳng cần dùng những từ ngữ hoa mỹ khi thuyết phục mà vấn đề là làm cho lời thuyết phục có sức mạnh... vấn đề cơ bản là lập luận thật logic, mạnh mẽ, lời nói ngắn gọn nhưng có lý có tình được trình bày bằng một giọng nói rất hoà nhã, rõ ràng, dứt khoát nhưng ôn tồn và lịch sự. Ở đây, yêu cầu về ngôn từ trở thành yêu cầu hết sức cơ bản. Nếu thuyết phục mà sử dụng kiểu nói logic hoặc kiểu nói khoa học nhưng có sự thích ứng thì cơ hội thành công sẽ khá cao. Lẽ đương nhiên, đừng khoe mẽ rằng mình là người hiểu biết hay tỏ ra mình đang dạy đời, vấn đề là hãy dùng những từ ngữ gợi mở, những kiểu nói mang tính chất đồng bộ hoá, những lý lẽ mang tính chia sẻ dễ dàng làm cho người nghe cảm thấy vui vẻ, thoải mái chấp nhận.

Bên cạnh đó, cũng đừng quên những thái độ và hành vi tương ứng khi thuyết phục. Đó chính là một cái nhìn thông cảm, đó chính là một cái nhún vai đồng cảm. Đó còn là những cái chém tay nhẹ nhàng nhưng dứt khoát khi đưa ra những lý lẽ... Những hành vi và cử chỉ phi ngôn ngữ ấy cũng đem lại những tương tác mang tính tích cực vì chỉ khi con người nhận được sự tương tác đa chiều thì tính thuyết phục sẽ dễ dàng tảng lên hơn nữa.

Thứ năm, thuyết phục phải tác động đồng bộ đến nhận thức, tình cảm và ý chí của người đối thoại.

Có thể nói rằng ranh giới giữa nhận thức - thái độ và hành vi luôn tồn tại nhưng nếu chỉ cố tình thay đổi một trong ba yếu tố thì chắc chắn sự thay đổi của con người cũng khó có thể diễn ra và như thế giá trị của sự thuyết phục sẽ khó tồn tại. Điều cơ bản dễ nhận thấy là để thuyết phục người khác hãy bắt đầu tác động đến nhận thức của đối tượng. Nhận thức là cơ sở để đi đến một quyết định nào đó cho nên thuyết phục sẽ tác động đầu tiên đến nhận thức của con người. Song song đó, con người sẽ dễ dàng bị thuyết phục nếu nhận được sự tác động đồng bộ đến lý trí và tình cảm. Điểm yếu của con người cũng có thể là ở tình cảm vì vậy sự tác động đến tình cảm sẽ đem đến những hiệu ứng đặc biệt. Thay đổi cưỡng chế nhận thức thì sự thuyết phục bằng cách tác động vào nhu cầu cảm thông, bằng thái độ ôn hoà, bằng sự hợp tác trên bình diện tình cảm sẽ là phương thức khá hữu hiệu.

Ở một chiều kích khác, sự thuyết phục đòi hỏi mỗi con người phải biết kích thích vào ý chí mong muốn thay đồi của người khác. Nếu chỉ nhận ra mình nên thay đổi, nếu thấy vì chữ tình cần thay đổi hay chấp nhận nhưng con người thiếu ý chí quyết liệt thì cũng khó có thẻ tiến hành sự chấp nhận những lý lẽ đã thuyết phục. Ở đây cần nhất đo là sự tương tác mang tính kích thích đến ý chí của đối tượng. Sự tranh đấu giữa cái muốn và không muốn tồn tại ở đây. Sự diễn tiến của ý chí cũng tồn tại ở đây. Trong những giây phút cần tác động mãnh liệt, trong

những giờ khắc cần nhấn mạnh hay đi đến kết thúc của cuộc thuyết phục, nếu người thuyết phục thực sự nhanh nhạy thì vấn đề đã được giải quyết trên bình diện chung là thế.

Thứ sáu, sử dụng đa dạng các kỹ thuật thuyết phục.

Có thể nói sự thuyết phục không phải là một kịch bản khô cứng nên cần có sự điều chỉnh một cách nhanh chóng và thích ứng. Để giải quyết vấn đề này, người thuyết phục cần nắm vững những kỹ thuật giao tiếp cũng như những kỹ thuật thuyết phục để có thể vận dụng thích ứng từng tình huống cần thuyết phục cũng như linh hoạt sử dụng chúng theo từng trường hợp khác nhau.

Có thể lưu ý đến các kỹ thuật thuyết phục sau:

- Kỹ thuật chuẩn bị

+ Chuẩn bị các nhượng bộ

+ Chuẩn bị các giải pháp thay thế

+ Các biện pháp chiến lược:

• Kiên nhẫn

• Chia sẻ

• Mặt lạnh

• Động tác giả

• Bỏ bàn đàm phán...

- Kỹ thuật triển khai

+ Sử dụng thủ thuật quy nạp hay diễn dịch khi thuyết phục

+ Lùi bước tạm thời

+ Sử dụng bên thứ ba để tác động

+ Sử dụng cách thức nguyên nhân và kết quả

+ Triển khai cách nhìn nhận thực trạng và hậu quả

+ Sử dụng cách nói logic mang tính liệt kê

+ Tìm thông tin mới để minh chứng

+ Xoa dịu những chống đối

+ Minh hoạ hoặc trích dẫn theo mục tiêu

+ Từng bước một

+ Tạm dừng hoặc kết thúc sớm

- Kỹ thuật kết thúc

+ Khẳng định lại những gì đối tác đã đồng ý

+ Đừng quên tiếp tục khen tặng họ

+ Chốt ý lại lần nữa và tạm biệt

2.7.4. Quy trình thuyết phục

Thuyết phục là một kỹ năng mang tính chất tổng hợp. Kỹ năng này được vận dụng một cách thích ứng và linh hoạt. Tuy nhiên, chính bản nân chúng cũng được triển khai theo một quy trình mang tính chất gợi nhớ. Có thể đề cập đến các bước sau đây trong quy trình thuyết phục:

- Giai đoạn chuẩn bị
- Giai đoạn tiếp xúc
- Giai đoạn thuyết phục
- Giai đoạn kết thúc
- Giai đoạn đánh giá và rút kinh nghiệm

Ngoài ra, có thể chú ý thêm đến những thao tác mang tính tuần tự để ẽc thuyết phục được thực hiện theo một định hướng tích cực:

- Tạo không khí bình đẳng
- Lắng nghe ban đầu để tạo thiện cảm và tương tác
- Bày tỏ sự thông cảm
- Giải quyết vấn đề cơ bản
- Chia sẻ sự cảm kích
- Chốt thông tin và bày tỏ sự khích lệ...

Như vậy, thuyết phục một cá nhân hay một con người đòi hỏi phải dựa trên sự tổng hợp của nhiều yếu tố và để thuyết phục trở thành kỹ năng thuần thục thì việc nắm chắc quy trình cũng như rèn luyện từng kỹ năng riêng lẻ là một đòi hỏi mang tính căn cơ.

2.8. Kỹ năng giải quyết xung đột

Mâu thuẫn luôn tồn tại trong quá trình hoạt động, quá trình làm việc, quá trình hoạt động nhóm. Ở dạng đơn giản của mâu thuẫn thì đó là những sự khác biệt chưa được giải quyết. Ở dạng nặng thì mâu thuẫn có thể biến thành xung đột. Giải quyết xung đột trong giao tiếp là một yêu cầu không thể thiếu vì mỗi con người là một chủ thể khác nhau. Khi xung đột hình thành, việc giải quyết xung đột ấy có khoa học và có kỹ thuật hay không cho thấy cá nhân ấy có kỹ năng giao tiếp nhiều hay ít.

2.8.1. Khái niệm

Hiểu theo nghĩa đơn giản thì xung đột là quá trình trong đó một bên nhận ra rằng quyền lợi của mình hoặc đối lập hoặc bị ảnh hưởng tiêu cực bởi một bên khác. Nói khác đi, xung đột liên quan đến hành vi không hài lòng phát sinh từ một tiến trình, qua đó một phía nhằm tìm ra sự trội hơn về quyền lợi trong mối quan hệ, trong giao tiếp

Hiểu theo nghĩa khác thì xung đột là sự va chạm của những xu hướng đối lập, mâu thuẫn nảy sinh trong bản thân cá nhân, trong quan hệ liên nhân cách hay liên nhóm kèm theo những chấn động về mặt tình cảm.

Khi xung đột nảy sinh thì trước hết cả hai người dính vào xung đột đều xuất hiện cảm xúc âm tính: bực bội, khó chịu, cáu gắt, khò thoải mái, mệt mỏi, căng thẳng, tức giận, không kiểm soát bản th căm thù...

Những nghiên cứu cho thấy xung đột sẽ làm thương tổn cả hai phía

Sự thương tổn này nhẹ hay nặng khác nhau, nhưng điều dễ thấy là xung đột sẽ dẫn đến những biểu hiện cơ bản như: thương tổn về mặt thể chất thương tổn về mặt tinh thần, thương tổn mối quan hệ, công việc đình trệ, hậu quả của sự chia rẽ hay trả thù xuất hiện...

2.8.2. Bản chất của sự xung đột

Có thể nhìn nhận bản chất của sự xung đột thông qua những hiệu sau:

- Bất hòa và đối lập về tình cảm, ý chí, động cơ.
- Khác biệt về mục đích, giá trị, thái độ
- Khác biệt về nhu cầu và lợi ích cá nhân.
- Khác biệt về suy nghĩ, quan điểm.

Chính những khác biệt và những bất hòa trên dẫn đến mâu thuẫn và khi những mâu thuẫn trở nên nặng dần cũng như không được kiểm soát hiệu quả thì sự xung đột bắt đầu tồn tại. Nói khác đi, xung đột nảy sinh từ sự bất hòa, sự thiếu đồng thuận, sự thiếu hài lòng đã không được điều chỉnh kịp thời.

2.8.3. Các loại xung đột

Một thống kê của các nhà nghiên cứu Mỹ cho thấy, một nhà quản lý trung bình dùng 21% thời gian trong tuần để giải quyết các mâu thuẫn và xung đột trong tổ chức. Như vậy, giải quyết xung đột và mâu thuẫn sao cho ổn thỏa là một công việc mà nhà quản lý cần chú tâm để thúc đẩy tổ chức vận hành tốt hơn cũng như làm việc tốt hơn.

Không thể cho rằng xung đột chỉ là có hại vì thực ra không phải vhông có những xung đột không có lợi, nhưng đấy phải là những xung đột có kiểm soát. Xung đột có lợi cho sự phát triển là xung đột mang đay giá trị con người.

Có thể phân loại các loại xung đột như sau:

- Xung đột ngầm (ẩn, kiềm giữ)
- Xung đột công khai

+ Xung đột với người khác

+ Xung đột với bản thân (nội xung đột)

Ngoài ra, có thể phân chia:

- Xung đột công việc (task conAict)

- Xung đột cảm xúc (emotional conũict)

Bàn về kiểu nội xung đột, có thể nhận thấy chúng có những biểu nên sau:

- Hay than thân trách phận

- Hay nuối tiếc

- Hay làm khổ chính mình

- Hay đòi hỏi những điều khó có thể quay trở lại...

Bàn về kiểu xung đột với người khác, có thể phân tích dựa trên những biểu hiện sau:

- Xung đột nảy sinh từ những mâu thuẫn tự phát sinh

- Xung đột do cố tình kiếm chuyện (có mục đích, từ những thói quen xấu, tính tình, sự tham lam, thói quen...). Chẳng hạn như trong giao tiếp, việc gặp gỡ và làm việc với một số đối tượng sau sẽ dễ dàne nảy sinh những xung đột:

+ Người khó tính

+ Người đòi hỏi quá đáng

+ Người thiếu chuẩn mực, không nghiêm túc

+ Người thích thử sức, kiểm tra, "nắn gân"

Những mâu thuẫn ấy dẫn đến: tình cảm tổn thương, cô lập, ảnh hưởng đến sức khỏe thể chất và tâm hồn, bất thường về tâm lý và đặc biệt là khó hợp tác với người khác. Khi xung đột với người khác nảy sinh, những biểu hiện sau sẽ tồn tại:

- Tranh luận gay gắt

- Lời qua tiếng lại

- Cãi vã

- Phê bình, chỉ trích

- Thái độ hậm hực, bực dọc

- Những hành động thiếu văn hóa, thiếu lịch sự

Tất cả đều dẫn đến tâm hồn u tối...

2.8.4. Các cách thức xử lý xung đột

Đế giải quyết vấn đề xử lý xung đột cần quan tâm đến hai mức của nó. Với những xung đột mang tính đơn giản trong giao tiếp, có tạm gọi đó là những mâu thuẫn. Những mâu thuẫn sẽ được xử lý cho nhẹ nhàng và ít thương tổn. Tuy nhiên, nếu xung đột thực sự đã tồn tại và sự xử lý cần có những cái nhìn cân nhắc thì phải có những chiến lược hình thành từ các phân tích và lựa chọn.

- Với các mâu thuẫn:

+ Cách 1: Né tránh

Cách cư xử chung: khi nhóm xảy ra mâu thuẫn, cần đợi cho ai đó giải quyết hoặc để tự sự việc êm xuôi, bạn tránh không muốn dính líu vào các rắc rối ấy và lo làm phận sự của mình.

Những suy nghĩ sau diễn tả kiểu người hay nẻ tránh mâu thuẫn:

1. Thái độ tốt nhất trong các cuộc họp là không can thiệp vào các mâu thuẫn của người khác, dù chung nhóm;

2. Giải quyết công việc của mình hơn là cố gắng thay đổi mâu thuần;

3. Mình có đưa ra ý kiến thì cũng không ai quan tâm đến ý kiến của mình;

4.Không can thiệp vào rắc rối là cách để tránh rắc rối;

5. Né tránh những người có quan điểm vững chắc, sắc nhọn;

6. Cách tốt nhất để tránh bị phản đối là tránh đưa ra ý kiến;

7. Tôi làm việc một mình có hiệu quả hơn là làm việc trong nhóm;

8. Người điều hành mới là người có nhiệm vụ giải quyết bất đồng;

9. Khi mọi người làm việc cùng nhau thì rắc rối là điều không thể tránh khỏi;

10. Thử làm những việc mới rất nguy hiếm và có thế mang rắc rối đến cho bạn;

11. Nếu chúng ta xóa bỏ tất cả các cuộc họp thì sẽ giải quyết được nhiều công việc hơn.

Ưu điểm của việc né tránh

Mọi người cho rằng bạn là người rất chăm chỉ và cẩn trọng;

Những kỹ năng làm việc cá nhân của bạn được ghi nhận; o Bạn được coi là người trung lập, điềm tĩnh;

Bạn sẽ không bị dính líu đến những cuộc tranh cãi.

Nhược điểm của việc né tránh

Bạn có rất ít cơ hội đưa ra ý kiến;

Bạn bị coi là người không có chính kiến;

Mọi người không tin tưởng bạn;

Bạn dễ bị nản lòng khi làm việc theo nhóm.

Điểm mấu chốt: Bằng cách né tránh các mâu thuẫn, bạn tách mình ra như một thành viên đóng góp của nhóm. Bạn cũng có thể thất bại khi sử dụng các kỹ năng giải quyết trực tiếp, để mọi người có cách của họ hơn là bạn tự liều lĩnh đối đầu. Trong các tình huống khó khăn, bạn thích làm việc một mình hơn.

+ Cách 2: Tuân theo

Cách cư xử chung: Bạn tìm kiếm sự ủng hộ cho quan điểm cua mình, nhưng cuối cùng bạn vần phải làm theo đa số.

Những suy nghĩ sau diên tả kiêu tuân theo:

1. Tôi sẵn sàng để mọi người làm theo cách của họ nếu nó không gây bất tiện cho tôi;

2. Trong những tình huống không thuận lợi lắm, tôi để những người tự tin hơn làm lãnh đạo;

3. Cuối cùng, đồng ý với mọi người quan trọng hơn là hạ xuống ngang bằng ý kiến của mình;

4. Điều quan trọng là mọi người cùng thống nhất ý kiến chứ không phải là mọi người làm theo cách của mình;

5. Các vấn đề tại công sở không đáng đế bàn cãi;

6. Cách tốt nhất tại công sở là cố gắng làm những gì mà cấp tr yêu cầu;

7. Tôi không chắc ý tưởng của tôi là hay nhất vì vậy tôi không khuy khích họ làm theo;

8. Tại công sở, khôn khéo nhất là giữ ý kiến của riêng mình;

9. Bí mật của thành công là biết khi nào nên từ bỏ.

Ưu điếm của tuân theo

Mọi người đều yêu quý bạn;

Bạn không bị xem là mối đe dọa hoặc là người gây rắc rối;

Bạn là một thành viên tốt trong nhóm; o về mặt xã hội bạn làm rất tốt.

Nhược điểm của tuân theo

Những người dám nghĩ dám làm sẽ không tôn trọng bạn;

Mọi người xem bạn là người "ba phải";

Bạn hiếm khi đưa ra được nhiều ý kiến;

Bạn bị áp lực do sự thiếu quyết đoán của mình.

Điểm mấu chốt: Nếu bạn quá tuân theo, bạn có nguy cơ nhượng bộ những vấn đề mà bạn nên giữ vững lập trường của mình. Mặc dù bạn được coi là một người dễ tính và thoải mái, "một thành viên nhóm tốt" nhưng bạn không có nhiều đóng góp cho nhóm vì bạn luôn đồng ý với số đông.

+ Cách 3: Đương đầu

Cách cư xử chung: Bạn trình bày quan điểm của bạn rất rõ ràng, thẳng thắn và dứt khoát.

Những suy nghĩ sau diên tả kiểu đương đầu:

1. Tôi không ngại trình bày dứt khoát quan điểm nếu tôi cảm nhận rò ràng và chắc chắn về vấn đề đó;

2. Tôi được biết đến như là một người luôn khao khát chiến thắng;

3. Đối với tôi, thỏa hiệp có nghĩa là đánh mất vài điều mà tôi muốn;

4. Sự thỏa hiệp thường hủy hoại những ý tưởng hay;

5. Nếu mọi người lắng nghe những gì tôi nói, họ sẽ nhận ra tôi luôn đúng;

6. So với các đồng nghiệp của tôi, tôi luôn có những ý tưởng hay nhất;

7. Điều quan trọng trong làm việc nhóm là bạn phải đấu tranh để đưa ra cách riêng của mình;

8. Bí mật của thành công là không bao giờ lùi bước;

9. Sự thỏa hiệp là dấu hiệu của sự tàn lụi.

Ưu điểm của việc đương đầu

Bạn được xem như là một nhà lãnh đạo;

Các ý tưởng của bạn đưa ra được chú ý mạnh mẽ;

Những người khác luôn cân nhắc đến quan điểm của bạn.

Nhược điểm của việc đương đầu

Mọi người coi bạn là người tự cao;

Bạn thường phải chịu trách nhiệm trong những tình huống rắc rối;

Bạn không phải là người biết lắng nghe;

Bạn gây ra nhiều mâu thuẫn;

Bạn có xu hướng tạo bè cánh.

Điểm mấu chốt: Bạn luôn cố gắng để chắc chắn rằng ý kiến của bạn được chấp nhận và được làm theo. Bạn tự đề cao mình trong các cuộc họp và trong hầu hết tình huống liên quan đến công việc. Điều này khiến những người cùng nhóm với bạn thấy lo sợ. Bạn cho rằng cách duy nhất để đóng góp là trình bày ý kiến rõ ràng và luôn thể hiện tài năng của mình. Tuy nhiên, điều không hay là cách tiếp cận đó thường hạn chế những đóng góp của các thành viên khác trong nhóm, do đó phá hỏng nỗ lực của nhóm.

+ Cách 4: Cộng tác

Cách ứng xử chung: Bạn luôn cố gắng tìm sự đồng thuận về một giải pháp chung cho một vấn đề.

Những suy nghĩ sau đây diễn tả kiểu cộng tác:

1. Giải quyết các mâu thuẫn là một phần tất yếu để đạt được mục tiêu;

2. Tôi học thêm nhiều điều mới khi lắng nghe ý tưởng của người khác;

3. Khi mọi người cùng đóng góp ý tưởng, sẽ xuất hiện ý tưởng hay nhất;

4. Đừng bao giờ đưa ra một quyết định trừ khi mọi người chấp nhận;

5. Nhóm sẽ thực hiện các quyết định tốt hơn là các cá nhân riêng lẻ;

6. Những mâu thuẫn lành mạnh có thể tạo ra những ý tưởng hay hơn;

7. Tôi có trách nhiệm trình bày quan điểm của mình;

8. Hai cái đầu bao giờ cũng tốt hơn một cái;

9. Đôi khi những ý tưởng hay nhất lại xuất phát từ những nguồn ít được hy vọng nhất;

10. Chúng ta nên lắng nghe hơn là nói nhiều;

11. Tôi thà làm việc trong nhóm có mâu thuẫn còn hơn là làm việc một mình;

12. Tôi nhất định phải xem xét tất cả mối quan tâm của mọi người trước khi hành động.

Ưu điểm của cộng tác

Mọi người xem bạn như người lãnh đạo;

Bạn góp phần phát triển các thành viên trong nhóm;

Bạn luôn đặt các vấn đề quan trọng lên hàng đầu;

Bạn có thể xây dựng được khối đoàn kết bền vững.

Nhược diêm của cộng tác

Dường như bạn đang lãng phí thời gian vào nhiều người;

Mọi người cho rằng bạn là người giả tạo, hay xu nịnh lãnh đạo và là người hèn nhát;

Đôi khi bạn đánh mất những ý tưởng riêng của mình vì quá chủ trọng đến người khác;

Bạn sẽ làm việc kém hiệu quả trong một tổ chức chuyên quyền, độc đoán.

Điểm mấu chốt: Với bạn điều quan trọng là đảm bảo tất cả các thành viên trong nhóm đều tham gia và làm việc cùng nhau. Đặc biệt bạn thích những quyết định nhận được sự nhất trí của mọi người. Bạn là người rất dễ dãi và tích cực trong việc giúp các thành viên trong nhóm. đưa ra ý tưởng mới của họ và bạn thường gặp rủi ro.

- Với những xung đột:

Với những xung đột đích thực thì việc xử lý nó cần tuân thủ các yêu cầu cơ bản sau đây:

+ Nhận thức về lợi ích của mình và của người khác cũng như lợi ích chung

+ Hãy nhớ rằng quan hệ tốt đẹp có giá trị nhất với riêng mình

+ Tách biệt rõ ràng giữa con người và công việc

+ Để tâm đến những mối quan tâm của người khác

+ Lắng nghe và thấu hiểu người khác thay vì cứ nói hay tranh luận

+ Hãy biết nói giảm và lập luận chia sẻ, đồng cảm

+ Biết lựa chọn giải pháp nể mặt nhau, win - win (thắng - thắng)

+ Hãy đón nhận ý tưởng mới hoặc nói lời xin lỗi

+ Kiềm giữ cảm xúc và sự bình tĩnh cần thiết

+ Nhận ra thực tế vấn đề và biết chấp nhận thực tế

+ Hợp tác và sử dụng những ưu điểm của mỗi cá nhân trong tình huống khác nhau

+ Sử dụng thủ thuật lùi bước trong những trường hợp cần thiết

+ Nhìn đa chiều vấn đề và sử dụng thủ thuật tìm đến sự tương hợp

+ Biết đặt mình vào vị trí của người khác để cảm thông

+ Sử dụng thủ thuật bùng nổ cảm xúc khi xung đột trên tinh thần: Một ngày mới!

Để xử lý xung đột, cần thực hiện các bước cơ bản sau:

- Chuẩn bị
- Kêu gọi đình chiến
- Lên lịch đàm phán
- Lắng nghe, lắng nghe và lắng nghe
- Xác định các cảm xúc
- Sẵn sàng xin lỗi
- Đừng để các mối xung đột không được giải quyết
- Nếu tất cả vẫn thất vọng hãy nhờ chuyên gia

Tóm lại, việc xử lý xung đột sẽ trở thành một kỹ năng nếu như cá nhân quản lý được nguyên nhân của sự xung đột, thực hiện các bước xử lý xung đột trong sự tuân thủ các nguyên tắc chung. Không thể đem chính mình để thử sức với các xung đột, nhưng chắc chắn rằng việc trải nghiệm với những xung đột bằng các hình thức khác nhau là những kênh thông tin thú vị để quá trình tự rèn luyện diễn ra hiệu quả.

2.9. Kỹ năng thiết lập quan hệ xã hội

Thực tế cuộc sống cho thấy thì để hướng đến sự thành công có năng lực nội tại về mặt kỹ thuật là chưa đủ mà điều rất quan trọng là khả năng thiết lập quan hệ xã hội với người khác. Khả năng thiết lập quan hệ xã hội với người khác góp phần quan trọng vào việc giải quyết những khó khăn hoặc thách thức trong tương tác hay khi phối hợp làm việc. Lẽ -ương nhiên, việc hình thành kỹ năng này đòi hỏi mỗi người phải luôn luôn luôn ý thức và có sự "đầu tư".

Không ít người nghĩ rằng tại sao phải phí khoản thời gian ít ỏi của mình để nói chuyện với người khác. Thậm chí khi những cuộc điện thoại từ những người không quá thân gọi đến, sự cau có, bực dọc, mệt mỏi và căng thẳng hoàn toàn có cơ hội xuất hiện. Nhanh chóng cắt cuộc điện thoại, bày tỏ sự mệt mỏi, thể hiện rằng mình rất bận... là những gì có nên xảy ra?

Đồng ý rằng trong từng tình huống khác nhau, chúng ta cần có sự cân nhắc trong ứng xử một cách tinh tế. Tuy nhiên, rõ ràng là với sự đầu tư của mỗi người cho công việc, cho học tập, cho sức khỏe... thì việc đầu tư cho mối quan hệ xã hội là không thể thiếu. Vì sao lại cần phải đầu tư cho những mối quan hệ xã hội? Có thể nhận thấy rằng cuộc sống luôn thách thức mỗi chúng ta và khó ai có thể tự mình hay đơn độc giải quyết tất cả những vấn đề nảy sinh trong cuộc sống. Điều này đòi hỏi cần phải có sự tương trợ lẫn nhau và nếu không có một mối quan hệ xã hội tốt thì làm sao có thể tìm được sự giúp đỡ một cách thật tâm?

2.9.1. Khái niệm

Thiết lập quan hệ xã hội thực chất chính là thiết lập sự hiểu biết và quan hệ giao lưu trên bình diện rộng và sâu. Khi con người tồn tại trong những mối quan hệ khác nhau, nghĩa là con người đang được quan tâm và đánh giá. Khi những cá nhân cùng tồn tại trong một mối quan hệ nghĩa là họ đã có sự quan tâm đến nhau dù chỉ là ở một chừng mực nhất định. Khi cần có nhau, khi cần hỗ trợ hay khi cần chia sẻ, chắc chắn sự tận tâm, tận lực hay sự hết lòng sẽ xuất hiện và những khó khăn dườnơ như có thể tan biến một cách dễ dàng...

Thiết lập quan hệ xã hội được hiểu là khả năng tạo ra sự giao tiếp tích cực theo hướng các cá nhân sẽ hiểu biết về nhau, duy trì mối quan hệ tích cực và dễ dàng thực hiện cuộc giao tiếp sau đó một cách rất dễ dàng và hiệu quả. Tóm lại, thiết lập quan hệ xã hội là kỹ năng giúp cá nhân xác lập và duy trì tốt các mối quan hệ xã hội xung quanh để đạt được mục đích (vật chất, tinh thần . . .).

Biểu hiện của kỹ năng thiết lập quan hệ xã hội là cá nhân ấy có nhiều mối quan hệ thân tình với những người xung quanh, biết cách làm cho người khác nhớ mình, biết cách làm cho mối quan hệ được nuôi dưỡng theo thời gian để hướng đến việc giao tiếp tích cực. Việc thiết lập quan hệ xã hội này nên được hiểu theo nghĩa tích cực khi cá nhân không thực sự bối rối trong quá trình giao tiếp với những người xung quanh biết gây ấn tượng một cách tích cực, khéo léo cung cấp thông tin về bản thân mình và nhận lấy những thông tin về người khác, biết hướng đến những giá trị con người trong giao tiếp và trò chuyện, biết tạo ra hiệu ứng xác lập hình ảnh, biết tạo ra sự lưu luyến trong quá trình giao tiếp với những người xung quanh...

2.9.2. Sự cần thiết của kỹ năng thiết lập quan hệ xã hội

Những câu chuyện rất xưa về nghệ thuật thiết lập quan hệ xã hội đã minh chứng rằng nếu muốn một mối quan hệ được đẩy lên một mức độ mới, chính người trong cuộc cần phải chăm chút và phải đầu tư. Chấp nhận nhường tên của mình để nhà máy do bản thân mình lập ra mang tên của một ông "vua" xây dựng, nhà máy thép đặc biệt đã trở thành khách hàng thân tình chỉ sau hai năm hoạt động. Điều thắng cuộc ở đây của ông chủ nhà máy thép trong việc

chinh phục ông vua xây dựng là đã biết hy sinh để thiết lập quan hệ xã hội... Liệu rằng trong cuộc sống, nhiều người trong số chúng ta có làm được điều này?

Những nghiên cứu tâm lý cho thấy việc con người chỉ tập trung vào những kỹ năng làm việc sẽ không phải là hướng đầu tư thông minh để thành công. Việc đầu tư vào các kỹ năng xã hội để phát triển trí tuệ xã hội là yêu cầu hết sức quan trọng để mỗi người có thể thích ứng với thế giới xung quanh, thích ứng với người khác và làm chủ những mối quan hệ giao tiếp trên bình diện xã hội.

Nếu không biết thiết lập quan hệ xã hội, con người sẽ rất khó khăn trong quá trình làm việc và tương tác. Xu hướng làm việc nhóm, xu hướng quan hệ đa chiều và những yêu cầu tương tác trở thành đòi hỏi chính đáng, cho nên nếu việc thiết lập quan hệ xã hội không được coi trọng và thực hiện, những khó khăn trong giao tiếp, trong quá trình làm việc sẽ diễn ra ngay.

Nếu biết thiết lập các quan hệ xã hội, con người sẽ dễ dàng thành công khi sở hữu những mối quan hệ tích cực. Việc giao tiếp sẽ trở nên dễ dàng, việc trao đổi công việc hay nhờ sự hỗ trợ và giúp đỡ sẽ không phải là vấn đề quá khó. Hơn thế nữa, việc làm chủ công việc và làm chủ tiến trình thực hiện mục tiêu cũng có thể dễ dàng và trên cơ sở đó, con người có thể đạt được những thành công nhất định.

Có thể khẳng định về tầm quan trọng và sự cần thiết của việc thiết lập quan hệ xã hội như sau:

- Quan hệ xã hội chỉ được thiết lập khi con người hoạt động
- Cuộc sống hiện tại đòi hỏi phải tăng cường tính tích cực khi thiết lập các mối quan hệ xã hội.
- Quan hệ xã hội cần quan tâm bao gồm tất cả các mối quan hệ có thể có.
- Không nên ngại ngần khi thiết lập quan hệ xã hội mới
- Thường xuyên chăm sóc các quan hệ xã hội đã có
- Mở rộng quan hệ xã hội nếu có điều kiện

2.9.3. Các yên cầu cần thực hiện

Cơ sở quan trọng của việc rèn luyện kỹ năng thiết lập quan hệ xã hội là những bằng chứng khoa học về sự ảnh hưởng của trí tuệ xã hội trong sự thành công của con người. Các chuyên gia cho rằng, trí thông minh IQ đo được bằng các trắc nghiệm tâm lý chỉ đóng góp một phần cho sự thành bại trong hoạt động của con người mà thôi. Phần quan trọng quyết định sự thành công của hoạt động là do các dạng khác nhau của trí tuệ xã hội SQ. SQ - trí tuệ xã hội là năng lực hoàn thành các nhiệm vụ trong hoàn cảnh có tương tác với người khác. Nó diễn ra

trong hoạt động cùng người khác với mục đích, và tính xã hội nhất định. Biêu hiện của trí tuệ xã hội là: khả năng nhận thức về người khác, khả năng thiết lập và duy trì mối quan hệ xã hội, khả năng tự nhận thức bản thân. Trí tuệ xã hội là năng lực hoàn thành các nhiệm vụ trong hoàn cảnh có tương tác với người khác. Năng lực đó được dựa trên sự nhận thức và sự thể hiện những cảm xúc (thái độ) trong những hoàn cảnh nhất định.

Thiết lập quan hệ xã hội không quá khó khăn nhưng đòi hỏi chúng ta phải có sự tìm hiểu và phân bổ thời gian một cách hợp lý. Đừng tiếc những cuộc điện thoại vào ngày lễ, đừng vội vàng quên đi những hành động trả lời tin nhắn ân tình, đừng tiếc sự quan tâm dù chỉ là trên phương diện tinh thần để sẻ chia niềm vui với một người mình vừa quen biết, đừng bỏ qua những cơ hội rất quan trọng khi có một người muốn trở thành đối tác của chúng ta... Tùy từng trường hợp khác nhau, mỗi cá nhân sẽ có sự cân nhắc một cách nghiêm túc nhưng chắc chắn rằng chỉ khi đầu tư sâu thì con người mới có thể có những thành quả nhất dị xét về mặt quan hệ...

Khi thiết lập quan hệ xã hội, điều rất quan trọng ở mỗi con người là sự chân thành. Sự thật lòng, sự nghiêm túc trong quan hệ sẽ dẫn đến những cơ hội mới cho chúng ta trong cuộc sống. Có những mối quan chúng ta không nhận thấy được giá trị của nó nhưng ẩn chứa đằng sau là cả một sự thành công, là những cơ hội quý hơn vàng cho công việc, tương lai và sự nghiệp...

Nói như thế phải chăng thiết lập quan hệ xã hội là có sự toan tính? Thực ra mục đích của việc thiết lập quan hệ xã hội không hẳn để nhờ cậy, tựa nương và vấn đề đầu tiên đó là sự thân thiện, trân trọng, quan tâm và thương yêu... Khi thiết lập được quan hệ xã hội tích cực nghĩa là chúng ta đã thực sự định hướng cho chính mình một hướng đi có thể có sự đồng hành của nhiều cá nhân có liên quan. Chỉ cần như thế, niềm tin được gia tăng và cảm giác an toàn xuất hiện nghĩa là chúng ta đã thành công...

Có thể thực hiện việc nuôi dưỡng - thiết lập quan hệ xã hội bằng các tinh thức sau đây:

- Nuôi dưỡng mối quan hệ xã hội thông qua hình thức giao tiếp điện thoại.
- Nuôi dưỡng mối quan hệ xã hội thông qua các hình thức gửi quà tặng, trò chuyện thân tình.
- Nuôi dưỡng mối quan hệ xã hội thông qua hành động giao tiếp xã giao.
- Nuôi dưỡng mối quan hệ xã hội thông qua hành động thăm viếng.
- Nuôi dưỡng mối quan hệ xã hội thông qua hành động đổi trao danh thiếp.

Tuy nhiên, việc thiết lập quan hệ xã hội sẽ thực sự hiệu quả nếu mỗi cá nhân thực hiện một cách hiệu quả các kỹ năng sau:

- Kỹ năng thể hiện cá nhân trong buối đầu gặp gỡ.

- Kỹ năng quan tâm đến người khác trong giao tiếp, công việc.

- Kỹ năng gây ấn tượng và mở đầu cuộc giao tiếp.

- Kỹ năng gây hiệu ứng lưu luyến trong trò chuyện, giao tiếp.

- Kỹ năng mở lời hợp tác dựa trên các ý tưởng, phát kiến.

- Kỹ năng thắt chặt quan hệ bằng thủ thuật “tô bóng”; “đặt dấu” trong giao tiếp tích cực.

2.10. Kỹ năng thuyết trình

Kỹ năng thuyết trình là một kỹ năng hết sức cần thiết và quan trọng đối với tất cả mọi người, kể cả khi còn đang đi học cũng như khi đã đi làm. Một người có khả năng thuyết trình tốt là người có thể trình bày, diễn đạt ý tưởng của mình một cách rõ ràng và cuốn hút người khác. Thuyết trình hiệu quả sẽ góp phần nâng cao kết quả học tập và làm việc của cá nhân. Tuy nhiên, để thuyết trình hiệu quả là một việc không đơn giản, đòi hỏi phải có sự nổ lực rèn luyện không ngừng của cá nhân.

2.10.1. Khái niệm

Thuyết trình hay còn gọi là diễn thuyết được hiếu là trình bày trước nhiều người về một vấn đề nào đó.

Ví dụ, trong các buổi báo cáo trên lớp, học sinh phải trình bày phân báo cáo của mình trước tập thế lớp hay trong cuộc họp công ty, giám đốc trình bày kế hoạch kinh doanh trước tập thể công ty đều được gọi là thuyết trình.

Như vậy, kỹ năng thuyết trình là kỹ năng của cá nhân trong việc trình bày một vấn đề trước nhiều người.

2.10.2. Các bước thuyết trình

Xét theo tiến trình thời gian, một bài thuyết trình gồm có ba bước chuẩn bị thuyết trình, tiến hành thuyết trình và kết thúc thuyết trình.

a. Chuẩn bị thuyết trình

Đây là một bước quan trọng trong tiến trình thực hiện một bài thuyết trình. Nếu chuẩn bị càng chu đáo, buổi thuyết trình sẽ càng suôn sẻ và góp phần nâng cao hiệu quả của bài thuyết trình.

Việc chuẩn bị thuyết trình bao gồm cả chuẩn bị về tâm dung và một số lĩnh vực khác.

— Lượng giá bản thân

Trước khi thuyết trình về một vấn đề nào đó,

Đặt ra và tự trả lời hai câu hỏi sau:

+ Mình có đủ thông tin về vấn đề sắp trình bày không?

+ Mình có phù hợp với chủ đề sắp trình bày không?

Nếu bạn không có đủ sự am hiểu và thông tin về chủ đề thuyết trình thì sẽ rất khó để thuyết phục người nghe và tạo sự tin tưởng ở người nghe. Thông thường, người nghe là những người đã có những hiểu biết nhất định hoặc ít nhất cũng là những người có sự quan tâm đến chủ đề thuyết trình. Do vậy, khi không có đủ kiến thức, người nghe sẽ rất dễ phát hiện ra những “lỗ hổng” của bạn để khai thác. Điều này có thể làm "hỏng” buổi thuyết trình của bạn, thậm chí là ảnh hưởng đến uy tín, danh dự của bạn trước người khác.

Khi bạn thấy mình không phù hợp với chủ đề như sự không tương thích về hoàn cảnh, vị trí, chức danh, học vị... thì bạn nên cân nhắc thật kỳ trước khi thuyết trình. Ví dụ, bạn còn trẻ tuổi, chưa lập gia đình, :hưa có kinh nghiệm về đời sống tâm lý vợ chồng thì sẽ “khập khiễng” khi bạn thuyết trình trước những người đã có gia đình về chủ đề “Nghệ thuật giữ gìn hạnh phúc vợ chồng”. Hay khi lĩnh vực chuyên môn của bạn là khoa học kỹ thuật thì bạn sẽ khó khăn khi thuyết trình về vấn đề môi trường... Nếu bạn thấy mình thật sự không phù hợp với chủ đề thì có lẽ, cách tốt nhất là bạn nên để cho một người khác phù hợp hơn hoặc là bạn phải chuẩn bị thật kỹ trước khi nhận lời thuyết trình.

- Tìm hiểu thông tin về người nghe

Đây là một việc làm thật sự cần thiết trước khi bắt đầu buổi thuyết trình. Người nghe chính là yếu tố quyết định nội dung và phương pháp của bài thuyết trình. Tuỳ vào đặc điểm, hoàn cảnh, nhu cầu của người nghe mà người thuyết trình sẽ có sự chuẩn bị và đáp ứng khác nhau. Nếu người thuyết trình không tìm hiểu và không có đủ thông tin về người nghe thì sẽ gặp khó khăn trong việc tương tác cũng như đáp ứng nhu cầu của họ. Khi tìm hiểu thông tin về người nghe, cần chú ý tìm hiểu trên những khía cạnh sau:

+ Những đặc điểm cá nhân: giới tính, độ tuổi, giai cấp, tôn giáo, chính trị... Những thông tin này sẽ giúp cho người thuyết trình xác định được phong cách và phương pháp tiếp cận phù hợp với đối tượng. Ví dụ, nói chuyện cho nông dân thì người thuyết trình phải có phong cách mộc mạc, giản dị, hay khi nói chuyện với người lớn tuổi sẽ phải có những yêu cầu riêng so với khi nói trước những người trẻ tuổi.

- Trình độ của người nghe: cần phải xác định xem mặt bằng trình độ của người nghe ở mức nào để có sự chuẩn bị cho tương ứng. Thuyết trình trước giới trí thức đòi hỏi người thuyết trình phải có những lập luận hết sức logic, biện chứng và cơ sở khoa học rõ ràng, còn khi nói chuyện với học sinh thì yếu tố thực tiễn và ứng dụng lại có phần quan trọng hơn.

+ Nhu cầu của người nghe: đây là yếu tố cần phải quan tâm nhiều nhất khi tìm hiểu về người nghe. Người thuyết trình phải biết được nhu cầu của người nghe là gì. Có thể, người

nghe sẽ có nhiều nhu cầu nhưng sẽ có một hay một số nhu cầu là quan trọng nhất và đó cũng chính là điều mà họ mong được đáp ứng nhất từ phía người thuyết trình. Một bài thuyết trình đáp ứng được nhu cầu của người nghe là một bài thuyêt trình thành công.

-Xác định rõ mục đích của bài thuyết trình

Người thuyết trình cần phải đặt ra câu hỏi: mình thuyết trình vì mục đích gì? Đó là sự chia sẻ một ý tưởng mới hay một buổi nói chuyện. mang tính định hướng hành vi, giáo dục... Mục đích thuyết trình sẽ là cơ sở để lựa chọn phương pháp và phương tiện thuyết trình cho phù hợp. Ví dụ, mục đích của bài thuyết trình về bảo vệ môi trường là tác động đến người nghe để họ nâng cao ý thức giữ gìn, bảo vệ môi trường thì yêu cầu về phương pháp chủ yếu là thuyết giảng mang tính trực quan để hướng đến nhận thức của người nghe. Trong khi đó, một bài thuyễt trình về nghệ thuật ứng xử trong tình yêu thì phương pháp tình huống sẽ tỏ ra có hiệu quả hơn.

- Chuẩn bị bài thuyết trình

Một bài thuyết trình đầy đủ và trọn vẹn phải có ba phần: mở đầu, nội dung và kết luận. Hoạt động chuẩn bị nội dung thuyết trình sẽ phụ thuộc vào mỗi người khác nhau sẽ có những cách thức khác nhau. Một số người sẽ phù hợp với cách chuẩn bị bài thuyết trình hoàn chỉnh và học thuộc hoặc đọc theo nhũng nội dung đó. Những người khác sẽ chọn cách thức là chuẩn bị những nội dung chính, những điểm mấu chốt trước và sẽ khai triển những ý chi tiết, cụ thế trong quá trình thuyết trình. Cho dù là chuẩn bị theo cách nào thì việc chuấn bị càng chu đáo bao nhiêu, bạn sẽ tự tin bấy nhiêu và sẽ góp phần vào sự thành công buổi thuyết trình.

+ Chuẩn bị phần mở đầu

Trong giao tiếp, ấn tượng ban đầu là hết sức quan trọng. Cũng tương tự như vậy, phần mở đầu bài thuyết trình là phần dễ gây ấn tượng cho người nghe nhiều nhất. Nếu phần mở đầu bài thuyết trình gây được những tác động tâm lý tích cực thì đó là điều kiện thuận lợi cho sự thành công chung của cả bài thuyết trình và ngược lại. Có nhiều cách khác nhau để mở đầu bài thuyết trình và người nói có thể chọn cho mình một cách phù hợp nhất.

Mở đầu trực tiếp

Đây là cách mở đầu khá phổ biến và thường được sử dụng. Mở đầu trực tiếp tức là người nói sẽ đi thẳng vào vấn đề muốn đề cập. Điều này sẽ có tác dụng rút ngắn thời gian và giúp cho người nghe nhận biết ngay nội dung chính của bài thuyết trình đế có sự tập trung cần thiết, rách mở đầu này sẽ phù hợp trong những buổi thuyết trình mang tính nghiêm túc và liên

quan đến công việc. Ví dụ như một buổi thuyết trình về phương pháp học tập hiệu quả, người nói sẽ bắt đầu như sau:

"Các bạn sinh viên thân mến! Hôm nay tôi sẽ thuyết trình cho các rạn về chủ đề phương pháp học tập hiệu quả. Bài thuyết trình gồm có ra phần: thứ nhất là sự cần thiết của phương pháp học tập, phần thứ hai giới thiệu về các phương pháp học tập khác nhau, phần thứ ba sẽ tập rưng bàn về những phương pháp học tập hiệu quả. Sau đây, tôi xin bắt đầu trình bày phần thứ nhất: sự cần thiết của phương pháp học tập".

Mở đầu bằng cách kể chuyện

Người thuyết trình có thể kể một câu chuyện có thật hoặc câu chuyện hư cấu để dẫn đắt người nghe vào chủ đề chính của buổi thuyết trình. Với cách mở đầu này, người thuyết trình sẽ dẫn dắt người nghe một cách tự nhiên và khơi gợi sự chú ý của họ vào nội dung mà mình sắp trình bày.

Để bắt đầu thuyết trình về chủ đề bạo lực học đường, người thuyết trình có thể kể lại một câu chuyện mới nhất về một vụ án mạng giũa học sinh với nhau gây xôn xao dư luận. Hay để nói về chủ đề văn hoá du lịch, người thuyết trình sẽ kể một câu chuyện về một mô hình du lịch nổi tiếng nào đó trên thế giới...

Mở đầu bằng cách đặt câu hỏi

Những câu hỏi phù hợp và hay sẽ luôn khiến cho người nghe phai động não suy nghĩ. Khi người thuyết trình đặt ra cho người nghe những câu hỏi sẽ khởi tạo tư duy của họ đối với vấn đề liên quan đến nội dung thuyết trình.

Trong một buổi nói chuyện về nghệ thuật dung hoà giữa công việc và gia đình, người diễn thuyết sẽ đặt ra cho người nghe những câu hỏi như sau: "Thưa quý vị! Chắc hẳn là ai trong chúng ta cũng hiểu rằng gia đình là rất quan trọng và công việc cũng thế. Tuy nhiên, trong cuộc sống, có những lúc chúng ta lại quá mải mê với công việc mà quên đi gia đình và cũng có khi vì gia đình mà lại ảnh hưởng đến công việc. Vậy, có khi nào quý vị đặt ra câu hỏi: đâu là nguyên nhân thật sự dẫn đến hiện tượng đó không? Đó chính là do chúng ta không biết cân bằng giữa gia đình và công việc. Do vậy, hôm nay tôi xin trình bày cùng quv vị về nghệ thuật dung hoà giữa công việc và gia đình".

Mở đầu bằng những dụng cụ trực quan

Những phương tiện, dụng cụ có liên quan đến chủ đề thuyết trình, người thuyết trình sử dụng làm "cầu nối" cho bài nói chuyện của mình. Dụng cụ càng mới lạ, độc đáo sẽ càng thu hút sự chú ý của người nghe.

Khi thuyết trình về kỹ năng làm việc nhóm, người thuyết trình đưa ra một viên kim cương và một cục than đá. Người thuyết trình sẽ hoi khán giả: giữa viên kim cương và than đá, quý vị thích cái nào hơn? Đại đa số người nghe sẽ trả lời thích viên kim cương hơn. Người thuyết trình sẽ hỏi tiếp: quý vị có biết sự giống và khác nhau giữa kim cương và than đá là gì không? Chúng đều được cấu tạo nên từ những phân tử cac-bon nhưng lại khác nhau về kết cấu. Kết cấu hết sức chặt chẽ giữa các phân tử cac-bon sẽ tạo nên viên kim cương còn kết cấu lỏng léo sẽ tạo nên than đá. Trong một cơ quan, tổ chức cũng vậy. Nếu như các thành viên trong tổ chức đoàn kết, phối hợp ăn ý với nhau thì sẽ tạo nên sức mạnh to lớn, giúp cho tổ chức hoàn thành thắng lợi mọi nhiệm vụ được giao và ngược lại. Trong buổi nói chuyện ngày hôm nay, tôi xin trình bày với quý vị về chủ đề kỹ năng làm việc nhóm.

Ngoài những cách trên, còn có một số cách mở đầu khác như mỏ đầu bằng cách trích dẫn lời nói của một danh nhân hay người nổi tiếng mở đầu bằng cách đặt ra câu đố, mở đầu bằng một câu chuyện hài... Tuỳ vào chủ đề, vào đặc điểm của khán giả và thế mạnh của người thuyết trình để lựa chọn cho mình một cách thức phù hợp. Tuy nhiên, cho dù là mở đầu bằng cách nào thì cũng phải đảm bảo những yêu cầu sau: không được quá dài dòng, mở đầu phải ăn nhập với chủ đề và đặc biệt là không nên mở đầu bằng những câu xin lỗi, thể hiện sự thiếu tự tin của người nói hoặc tự nhận rằng tôi không phải là người giỏi trong lĩnh vực này cũng có thể làm cho bạn thất thế.

+ Chuẩn bị phần nội dung thuyết trình

Đây chính là phần quan trọng nhất của bài thuyên trình, chứa đựng những thông tin, thông điệp mà người nói muốn chuyển tải đến người nghe. Khi chuẩn bị về nội dung, cần phải lưu ý một số vấn đề sau:

Có một khung dàn ý ghi những ý chính cần nói. Việc chuẩn bị uột bài thuyết trình đầy đủ, trọn vẹn không phải là một cách hay bởi nẻu bạn chuẩn bị đầy đủ thì bạn lại dễ bị lệ thuộc vào nó và khi đó, bạn sẽ khó phát huy tính sáng tạo của mình. Việc chuẩn bị nội dung chỉ nên dừng lại ở việc ghi ra những ý chính, ý trọng tâm của bài nói chuyện. Trên cơ sở đó, khi tiến hành thuyết trình, người thuyết trình sẽ triển khai thành những ý cụ thể, chi tiết.

Bên cạnh khung dàn ý, người thuyết trình cần chuẩn bị thêm những dữ kiện, những số liệu để minh hoạ cho bài thuyết trình của mình. Một bài thuyết trình tốt khi đảm bảo đầy đủ cả hai yếu tố: nội dung phù hợp và có những số liệu minh hoạ sinh động, xác đáng. Tuy nhiên, hai phần này cần phải cân đối với nhau. Nếu nội dung quá nhiều mà không có minh hoạ sẽ làm cho bài thuyết trình trở nên khô cứng. Ngược lại, nếu phần minh hoạ quá nhiều thì lại khiến cho bài thuyết trình quá chi tiết, cụ thể.

Ngày nay, với sự tiến bộ của khoa học, kỹ thuật, người thuyết trình có thể ứng dụng công nghệ hiện đại để phục vụ cho việc thuyết trình. Đó có thể là sử dụng phần mềm powerpoint, các phần mềm đồ hoạ, website... để làm cho bài thuyết trình trở nên sinh động hơn, thu hút sự quan tâm, chú ý của người nghe. Mặc dù vậy, nếu quá lạm dụng công nghệ như tạo các hiệu ứng mới lạ cho bài thuyết trình thì có thể đem lại tác dụng ngược. Khi đó, người nghe sẽ chú ý đến những hiệu ứng mới hơn là nội dung của bài thuyết trình.

Trong nội dung bài thuyết trình, người thuyết trình phải sắp xếp các ý cho logic, hợp lý. Phải xác định rõ, đâu là ý trọng tâm của bài nói chuyện và đâu là những ý minh hoạ thêm để có sự đầu tư thời gian cho hợp lý.

+ Chuẩn bị phần kết

Thời gian kết thúc bài thuyết trình là thời điểm thu hút sự tập trung chú ý của người nghe cũng như phần mở đầu của bài thuyết trình, ơ phần này, người thuyết trình cần phải tổng kết, nhấn mạnh lại những nội dung chính của bài thuyết trình để người nghe có thể ghi nhớ. Tuỳ the, nội dung bài thuyết trình mà người thuyết trình sẽ đưa ra những thông điệp, lời kêu gọi hoặc đề ra các nhiệm vụ cho người nghe thực hiện.

b. Tiến hành thuyết trình

Sau khi đã hoàn tất các khâu chuẩn bị, người thuyết trình sẽ bắt đầu phần thuyết trình của mình. Chuẩn bị càng chu đáo thì khả năng thuyết trình thành công sẽ càng cao. Khi thuyết trình, bạn cần chú ý những điều sau:

- Trang phục nghiêm túc, lịch sự, phù hợp với hoàn cảnh và khán giả

- Khi bước lên vị trí thuyết trình, bạn cần giữ một phong thái bình thản, tự tin, vừa đi vừa giao tiếp bằng mắt với khán giả.

- Khi thuyết trình, giữ tư thế thẳng người, tiếp xúc mắt hợp lý và đều khắp với khán giả. cần tránh một số tư thế, động tác như: bỏ tay vào: quần, khoanh tay, bẻ tay, gãi đầu, gãi tai... sẽ gây ấn tượng không cho người nghe.

- Giới thiệu về bản thân trước khi bắt đầu bài thuyết trình. Nếu tổ chức đã giới thiệu bạn thì bạn không cần phải giới thiệu lại. Nếu tí còn thiếu thông tin thì bạn có thể bổ sung thêm để người nghe được hơn. Tuy nhiên, phần giới thiệu về bản thân không nên quá dài dòng thể hiện sự “phô trương” đối với người nghe.

- Giọng nói rõ ràng, có độ lớn vừa phải để người ngồi ở xa nhất thể nghe được bạn nói. Âm lượng của giọng nói không nên quá to cũng không nên quá nhỏ để người nghe không cần phải cố gắng cũng như không bị “tra tấn” về âm thanh.

- Tốc độ, nhịp độ nói cần có sự thay đổi: khi lớn - khi nhỏ, khi nhanh - khi chậm, khi trầm - khi bổng, tránh tình trạng duy trì một chất giọng đều đều từ đầu buổi đến cuối buổi sẽ dễ tạo ra sự nhàm chán cho người nghe.

- Có sự tương tác với khán giả một cách liên tục. Người thuyết trình phải luôn duy trì sự tương tác với người nghe thông qua ánh mắt, qua những câu hỏi dành cho khán giả. Bạn cần phải làm sao để mọi khán giả đều cảm nhận được rằng bạn có khả năng bao quát hầu hết mọi người.

- Có sự di chuyển vị trí một cách phù hợp. Một số người thuyết trình chọn cách đứng nguyên ở vị trí bục nói chuyện mà không di chuyển trong suốt buổi nói chuyện. Cách làm này sẽ dẫn đến sự mất tập trung của khán giả khi phải duy trì sự chú ý về một điểm trong thời gian quá lâu. Do vậy, người thuyết trình cần có sự di chuyển trong quá trình nói. Tuỳ theo địa điểm, vị trí của nơi thuyết trình mà người thuyết trình có thể di chuyển từ trên sân khấu xuống phía dưới khán giả hoặc di chuyển xung quanh sân khấu. Tuy vậy, người thuyết trình cũng không nên di chuyển quá nhiều và quá nhanh, có thể làm ảnh hưởng đến sự theo dõi của khán giả.

c. Kết thúc thuyết trình

Người thuyết trình cần phải biết kết thúc bài thuyết trình đúng thời điểm. Một buổi thuyết trình quá dài sẽ gây ra sự mệt mỏi cho người nghe. Ở phần kết thúc, người thuyết trình nên sử dụng một số từ kết như "điều cuối cùng là..”“tóm lại là....” để người nghe nhận biết được là buổi thuyết trình sắp kết thúc. Ở phần này, người thuyết trình cần nhấn mạnh lại những ý trọng tâm cần ghi nhớ và nhưng điều cần lưu ý đối với người nghe. Một điều không được quên là nói lời cảm ơn khán giả đã quan tâm, theo dõi bài thuyết trình của mình.

2.10.3. Những yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả thuyết trình

Thuyết trình là một việc không đơn giản, đòi hỏi phải có sự rèn uyên và tập luyện không ngừng. Có một số yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả thuyết trình như: chuẩn bị không chu đáo, không đánh giá đúng ríián giả, thiếu tự tin và một số yếu tố khách quan khác.

a. Chuân bị không chu đáo

Một bậc thầy về thuyết trình cũng cần phải có sự chuẩn bị chu đáo trước khi thuyết trình. Không chuẩn bị trước có nghĩa là bạn đang chuẩn bị cho sự thất bại của mình. Có thể với những nội dung quen thuộc, bạn thường tự tin và xem nhẹ khâu chuẩn bị trước. Tuy vậy, mỗi lần thuyết trình đều có những yêu cầu, đặc điểm khác nhau nên vẫn cần thiết phải có sự chuẩn bị. Sự chuẩn bị không chỉ là về nội dung mà còn phải có sự chuẩn bị về tâm lý. Để tránh được tình trạng này, bạn không nên chủ quan mà cần phải có sự chuẩn bị trước. Chuẩn bị càng kỹ thì tỷ lệ thành công của buối thuyết trình càng cao.

b. Không đánh giá đúng khán giả

Khán giả là yêu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự thành công của bài thuyết trình. Một khi người thuyết trình không tìm hiểu thông tin, đặc điểm của khán giả (như giới tính, tầng lóp, trình độ, nghề nghiệp...) thì sẽ không xác định được phương pháp tác động phù hợp. Tuỳ thuộc vào đặc điểm của khán giả mà người thuyết trình sẽ lựa chọn phương pháp tương ứng. Đơn cử như khi thuyết trình trước nông dân về kỹ thuật chăm sóc cây trồng thì phương pháp trực quan, sinh động, tốc độ thuyết trình chậm, rõ ràng sẽ thu được hiệu quả cao. Trong khi đó, thuyết trình trước những chuyên gia đòi hỏi bài thuyết trình phải mang tính học thuật cao với những lập luận hết sức logic, chặt chẽ thì mới có thể thuyết phục được họ. Thuyết trình trước thanh niên sẽ có những yêu cầu hoàn toàn khác so với lứa tuổi trung niên và người lớn tuổi. Để có thể đánh giá đúng khán giả, trước khi thuyết trình, bạn nên liên hệ với đơn vị tổ chức để hỏi thăm thông tin của khán giả. Trên cơ sở những thông tin đó, bạn sẽ xác định phương pháp và hình thức thuyết trình phù hợp với đặc điểm của khán giả.

c. Thiếu tự tin

Đây là một tình trạng thường gặp phải của hầu hết mọi người khi thuyết trình. Thông thường, không ít người thuyết trình cảm thấy bối căng thẳng trước khi thuyết trình. Đây chính là cơ chế tự vệ của cơ tẻ nên bạn không cần quá lo lắng. Có khi, chính sự căng thẳng này lại cho bạn nỗ lực nhiều hơn khi thuyết trình và góp phần nâng cao hiệu quả của bài thuyết trình. Tuy nhiên, nếu không biết kiểm soát, chế ngự sự lo lắng thì nó có thể tác động tiêu cực đến bài thuyết trình của bạn. Quan trọng nhất là phải biết vượt qua rào cản này để thực sự tự tin. Vì thế, các thủ thuật để tạo ra sự tự tin khi thuyết trình là những công cụ hữu hiệu dành cho chúng ta.

2.10.4. Một số thủ thuật để tạo sự tự tin khi thuyết trình

Để khắc phục sự thiếu tự tin hay sự bối rối khi thuyết trình, bạn có áp dụng một số thủ thuật sau đây:

- Chuẩn bị bài thuyết trình thật chu đáo. Không bao giờ cho phép mình chủ quan và cho rằng không cần thiết phải chuẩn bị kỹ vì mình đã kinh nghiệm. Chuẩn bị không kỹ, bạn sẽ rất dễ rơi vào trạng thái bối thiếu tự tin, nhất là khi đứng trước số lượng lớn khán giả.

- Hít thở sâu. Khi cảm thấy mất tự tin, bạn sẽ tập trung vào hơi thở của mình, hít thật sâu rồi đếm từ một đến bốn, sau đó thở ra và đếm đến tám (có thể đếm số lớn hơn). Lặp lại như vậy bốn lần. cần lưu ý là hơi thở ra dài gấp đôi hơn hít vào. Điều quan trọng khi thực hiện phương pháp này đó là, bạn phải tập trung hoàn toàn vào hơi thở của mình để có thể cảm nhận rõ ràng luồng hơi di chuyển trong cơ thể.

- Tự ám thị. Đây là một trong những biện pháp hữu hiệu để giúp bạn lấy lại sự tự tin của mình. Trước khi thuyết trình, bạn hãy tự nói với mình những câu nói tích cực như "Mình tự tin. Mình làm được" và lặp lại nhiều lần. Bạn có thể nói thầm hoặc nói thành tiếng đủ cho mình nghe thấy đến khi nào bạn lấy lại sự tự tin của mình. Hành động tự ám thị được thực hiện càng sớm sẽ càng có hiệu quả hơn. Cụ thể như nếu ngày mai bạn sẽ thuyết trình về một chủ đề nào đó thì ngay từ ngày hôm nay, buổi tối trước khi đi ngủ và buổi sáng mai khi thức dậy, bạn hãy tự ám thị bản thân mình.

- Hướng đến "vùng an toàn". Thủ thuật này được áp dụng trong qua trình bạn thuyết trình. Khi đứng trước khán giả, nhất là những khán già hoàn toàn xa lạ, có thể bạn sẽ cảm thấy thiếu tự tin. Tuy nhiên, trong sỏ những khán giả đang ngồi ở phía dưới, chắc chắn sẽ có một số khán gf có ấn tượng ban đầu tốt đẹp với bạn. Những người này sẽ dành cho b. những thiện cảm và cái nhìn thân thiện. Điều quan trọng là làm thế nào để bạn nhận diện ra họ. Hãy đưa mắt nhìn quanh khán giả, bạn sẽ nhận ra được ai là những người có thiện cảm với bạn. Lúc này, hãy tập trung ánh mắt về phía đó, bạn sẽ nhận được sự đồng cảm và thân thiện. Đi này sẽ có tác dụng trấn an bạn, làm cho bạn tự tin hơn.

CÂU HỎI

1. Trình bày khái niệm kỹ năng giao tiếp và con đường hình thành kỹ năng giao tiếp.

2.Tại sao nói hình thành kỹ năng giao tiếp đòi hỏi phải dựa trên nền tảng của các kiến thức về giao tiếp?

3. Phân tích mô hình tâm lý để hình thành một kỹ năng giao tiếp nào đó trong các kỹ năng giao tiếp cơ bản.

4. Tự đánh giá về kỹ năng giao tiếp của bản thân dựa trên các kỹ năng giao tiếp cơ bản. Để ra phương án tự rèn luyện tương ứng.

5. Phân tích một tình huống giao tiếp thành công hoặc thất bại. Chỉ rõ nguyên nhân dựa trên lý luận về kỹ năng giao tiếp.

6. Sưu tầm các bài tập để rèn luyện các kỹ năng giao tiếp cơ bản.

7. Sưu tầm các tình huống giao tiếp và rút ra những kinh nghiệm cần thiết ứng với các kỹ năng giao tiếp cụ thể.

PHẦN TÓM TẮT

- Kỹ năng giao tiếp là khả năng vận dụng hiệu quả các tri thức và kinh nghiệm về giao tiếp, các phương tiện ngôn ngữ và phi ngôn ngữ vào những hoàn cảnh khác nhau, vào quá trình giao tiếp, nhằm đạt mục đích giao tiếp. Để đánh giá cũng như để hình thành kỹ năng giao tiếp cần dựa vào những khía cạnh, những biểu hiện cụ thể của kỹ năng giao tiếp: khả năng sử

dụng phương tiện giao tiếp, khả năng hiểu được ngôn ngữ không lời, khả năng linh hoạt trong từng tình huống giao tiếp, khả năng nhận thức đối tượng giao tiếp, khả năng điều khiển đối tượng giao tiếp...

- Có nhiều cách phân loại các kỹ năng giao tiếp. Trong phạm vi nghiên cứu chuyên sâu của giáo trình, giao tiếp được xem như là một hoạt động và là một công cụ để làm việc. Khi đó có thể đề cập đến các kỹ năng giao tiếp sau: kỹ năng làm quen, kỹ năng lắng nghe, kỹ năng đặt câu hỏi, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng giao tiếp qua điện thoại, kỹ năng giao tiếp trong môi trường làm việc đa dạng, kỹ năng thuyết phục, kỹ năng giải quyết xung đột, kỹ năng giao tiếp bằng thư tín. Việc rèn luyện đồng bộ hệ thống những kỹ năng này sẽ góp phần tạo nên sự thành công cho chủ thể trong tiến trình giao tiếp với mọi người xung quanh.

- Làm quen là bước đầu tiên và hết sức quan trọng, có ảnh hưởng nhiều đến một mối quan hệ nào đó. Nếu xét làm quen theo một tiến trình về thời gian thì có thể chia quá trình làm quen làm bốn bước la tìm hiểu đối tượng, chuẩn bị tâm thế, bắt đầu làm quen và hoàn tất quá trình làm quen. Những điều lưu ý khi làm quen: hình thức bên ngoài, thái độ, lưu ý đến các quy tắc xã giao.

- Kỹ năng lắng nghe là khả năng hiểu được nội dung lời nói, nhận biết được tâm trạng, cảm xúc và nhu cầu của người nói. Nghe bao gồm các cấp độ: không nghe, nghe giả vờ, nghe có chọn lọc, nghe chăm chú nghe thấu cảm. Có những yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả lắng nghe như tốc độ tư duy, sở thích, sự phức tạp của vấn đề, thiếu kiên nhẫn thiếu kỹ năng lắng nghe, thiếu quan sát khi nghe, những thành kiến định kiến tiêu cực và những thói quen xấu khi lắng nghe, cần chú ý số kỹ năng sau để có thể nâng cao hiệu quả của việc lắng nghe: kỹ năng gợi mở; kỹ năng bộc lộ sự quan tâm; kỹ năng tạo lập không khí giao tiếp thoải mái, bình đẳng; kỹ năng phản ánh lại.

- Đặt câu hỏi, có thể hướng tới những mục đích sau: xác định vấn đề, xác định nguyên nhân, thu thập thông tin cần thiết, tìm kiếm phương án giải quyết cho một vấn đề nào đó, kích thích suy nghĩ, tìm kiếm sự đồng tình, ủng hộ... Những sai lầm thường mắc phải khi đặt câu hỏi: hỏi với mục đích khai thác, điều khiển người khác, diễn đạt quá dài dòng khi đặt câu hỏi, hỏi mà không lắng nghe câu trả lời, sử dụng câu hỏi không phù hợp với đối tượng, đặt câu hỏi với mục đích thắng - thua, hỏi không đúng hoàn cảnh giao tiếp. Đe có kỹ năng đặt câu hỏi hiệu quả cần lưu ý: nên bắt đầu bằng một câu hỏi dễ; nên sử dụng nhiều câu hỏi mở; thể hiện sự kiên trì trong quá trình đặt câu hỏi; xác định rõ mục đích trước khi hỏi; chuẩn bị câu hỏi từ trước; chọn câu hỏi phù hợp với đối tượng và hoàn cảnh; hỏi về vấn đề tổng thể trước, chi tiết sau; đặt câu hỏi ngắn gọn, rõ ràng; sử dụng câu hỏi đơn ý.

- Giao tiếp qua điện thoại là hình thức giao tiếp gián tiếp. Chủ thể giao tiếp và đối tượng giao tiếp tác động lẫn nhau trong quá trình giao tiếp qua điện thoại thông qua nội dung nói và ngôn ngữ nói. Khi sừ dụng điện thoại, cần lưu ý một số điều sau: chú ý đến thái độ và chất giọng; nói rõ ràng, ngắn gọn...

- Thư tín là loại văn bản không mang tính chính thức, được dùng để trao đổi thông tin giữa các cá nhân, tổ chức. Khi viết thư tín, cần tuân thủ một số nguyên tắc sau: nội dung rõ ràng, là điều hết sức quan trọng; đi thẳng vào vấn đề là yêu cầu kế tiếp; chính xác cũng là một nguyên tắc cơ bản; đầy đủ là một yêu cầu hướng đến chất lượng thông tin thư tín; thận trọng; nhã nhặn, lịch sự. Căn cứ theo phương pháp diễn đạt thì có thể chia thành hai loại: viết theo phong cách quy nạp và phong cách diễn dịch.

- Kỹ năng kiềm chế cảm xúc là khả năng con người có thể điều chỉnh cảm xúc của minh theo mục tiêu nhất định nào đó với những yêu câu cụ thể đế hướng đến sự giao tiếp có lợi nhất. Thiếu kiềm chế cảm xúc, thì những hậu quả tai hại có thể xảy ra: làm người khác khó chịu, ữận dồi; làm tổn thương người thân, làm giảm giá trị của chính mình. Để việc kiềm chế cảm xúc có thể trở thành một khả năng nhất định, cá nhân mỗi người cần điều chỉnh hành vi của mình theo hướng: thay đổi nhận thức tự thân; làm chủ cảm xúc một cách thường xuyên; hoạch định công việc và cân bằng cuộc sống; tự trấn an tâm lý và nổ lực ý chí.

- Thuyết phục nghĩa là làm cho người khác đồng ý với mình, đồng thuận với mình bằng những lý lẽ, dẫn chứng. Khi thuyết phục cần lưu ý một số yêu cầu sau: cần xây dựng bầu không khí bình đẳng; cần tôn trọng và lắng nghe người đối thoại; thuyết phục phải có cơ sở và những luận cứ - luận chứng khoa học; thuyết phục cần một chuỗi những lời nói và hành vi tích cực; thuyết phục phải tác động đồng bộ đến nhận thức, tình cảm và ý chí của người đối thoại; sử dụng đa dạng các kỳ thuật thuyết phục. Có thể đề cập đến các bước sau đây trong quy trình thuyết phục: giai đoạn chuẩn bị, giai đoạn tiếp xúc, giai đoạn thuyết phục, giai đoạn kết thúc, giai đoạn đánh giá và rút kinh nghiệm.

- Xung đột là quá trình trong đó một bên nhận ra rằng quyền lợi của mình hoặc đối lập hoặc bị ảnh hưởng tiêu cực bởi một bên khác. Có thể nhìn nhận bản chất của sự xung đột thông qua những dấu hiệu sau: sự bất hòa và đối lập về tình cảm, ý chí, động cơ; khác biệt về mục đích, giá trị, thái độ; khác biệt về nhu cầu và lợi ích cá nhân; khác biệt về suy nghĩ, quan điểm. Những xung đột mang tính đơn giản trong giao tiếp, có thể tạm gọi là những mâu thuẫn, nên xử lý sao cho nhẹ nhàng và ít thương tổn như: né tránh, tuân theo, đương đầu hay cộng tác. Tuy nhiên, nếu xung đột thực sự đã tồn tại thì sự xử lý cần dựa trên những cái nhìn cân nhắc và cần có những chiến lược rút ra từ các phân tích, lựa chọn.

- Thiết lập quan hệ xã hội là kỹ năng giúp cá nhân xác lập và duy trì tốt các mối quan hệ xã hội xung quanh để đạt được mục đích (vật chất, tinh thần . . .). Có thể thực hiện việc nuôi dưỡng - thiết lập quan hệ xã hội bằng các hình thức như: thông qua hình thức giao tiếp điện thoại; thông qua các hình thức gửi quà tặng, trò chuyện thân tình; thông qua hành động giao tiếp xã giao; thông qua hành động thăm viếng; thông qua hành động đổi trao danh thiếp. Việc thiết lập quan hệ xã hội sẽ thục sự hiệu quả nếu mỗi cá nhân thực hiện tốt các kỹ năng sau: kỹ năng thể hiện cá nhân trong buổi đầu gặp gỡ; kỹ năng quan tâm đến người khác trong giao tiếp, công việc; kỹ năng gây ấn tượng và mở đầu cuộc giao tiếp; kỹ năng gây hiệu ứng lưu luyến trong trò chuyện, giao tiếp; kỹ năng mở lời hợp tác dựa trên các ý tưởng, phát kiến; kỹ năng thắt chi: quan hệ bằng thủ thuật “tô bóng”; “đặt dấu” trong giao tiếp tích cực.

- Kỹ năng thuyết trình là khả năng của cá nhân trình bày về một vấn đề nào đó trước nhiều người. Xét theo tiến trình thời gian, một bài thuyết trình gồm có ba bước: chuẩn bị thuyết trình, tiến hành thuyết trình và kết thúc thuyết trình. Có một số yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả thuyết trình như: chuẩn bị không chu đáo, không đánh giá đúng khán giả, thiếu tự tin và một số yếu tố khách quan khác. Để khắc phục sự thiếu tự tin hay sự bối rối khi thuyết trình, có thể áp dụng một số thủ thuật sau: chuẩn bị bài thuyết trình thật chu đáo, hít thở sâu, tự ám thị, hướng đến “vùng an toàn”.

CHƯƠNG 7 GIAO TIẾP TRONG MÔI TRƯỜNG ĐA VĂN HÓA

1. Các khác biệt văn hoá trong giao tiếp

Hiểu lầm là nguyên nhân chính đua đến những mâu thuẫn giữa các nền văn hóa. Sự giao tiếp (vốn có thể được thể hiện bằng chữ viết, nói hoặc bằng một hình thức khác) mang nhiều ý nghĩa hơn điều được nói, viết hoặc được thể hiện. Quá trình giao tiếp luôn có sự khác nhau giữa nền văn hóa này và nền văn hóa khác. Đó là cách thức, thời điểm và lý do một điều được nói, được viết hay được trình bày. Tất cả nhĩ điều này tạo nên kiểu cách giao tiếp của một người và sự hiểu lầm hi sinh cũng vì cách giao tiếp của mồi cá nhân đều khác nhau. Ngày nay tại nơi làm việc, trong một chừng mực nào đó, bạn vẫn phải tiếp xúc với một người đồng nghiệp có cách giao tiếp khác với cách của bạn. Thế nên, việc học để biết cách giao tiếp giữa các nền văn hóa là khả năng cần thiết cho dù bạn đang làm việc ở lãnh vực hay ngành nghề nào chăng nữa.

Tình huống nghiên cứu:

Một công ty phát triển phần mềm đa quốc gia cần nhanh chóng ra đời sản phẩm mới và người quản lý dự án muốn lập một nhóm nhân viên bao gồm những người đến từ Ấn Độ và Mỹ. Ngay từ khi bắt đầu bước vào hoạt động, mọi thành viên trong nhóm đều không đồng ý

thời hạn cuối được đưa ra. Những người đến từ Mỹ nghĩ công việc hoàn thành chỉ trong 2 hoặc 3 tuần, nhưng những nhân viên đến từ Ấn Độ lại cho rằng công việc cần đến thời hạn 2 hoặc 3 tháng. Rồi thời gian cứ trôi đi, những thành viên người Ấn Độ đều đặn trình báo cáo quá trình sản xuất sản phẩm, nhưng những thành viên người Mỹ lại cho rằng chỉ nên báo cáo khi công việc đã hoàn thành. Tất nhiên, những mâu thuẫn kiểu này thường hiện diện trong bất kỳ một nhóm làm việc nào. Trong trường hợp này, chủng xuất phát từ điểm khác biệt văn hóa giữa các thành viên. Rồi khi mâu thuẫn len lỏi trong các cuộc tiếp hàng ngày và biến thành mâu thuẫn giữa các cá nhân thì hẳn vấn đề trở nên nghiêm trọng. Lúc này, người quản lý dự án phải xen vào can thiệp. Ông quyết định: Mọi thành viên trong đội, bất kể anh là người Mỹ hay người Ấn Độ đều phải nộp cho ông bản báo cáo công việc của bản thân, một công việc vốn trước đây không cần thiết phải báo cáo cho sếp. Đến đây, người quản lý lại bị sa lầy vào công việc vụn vặn hàng ngày khiến dự án tiến triển rất chậm và ngày càng trở nên vô vọng. Rõ ràng là nhóm chưa biết học cách làm việc chung hiệu quả.

Nhóm làm việc đa văn hóa thường gây ra những vấn đề tiến thoái lưỡng nan trong giao tiếp. Sự khác biệt về văn hóa luôn tiềm ẩn nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả làm việc chung, nhưng lại rất khó nhận biết cho đến khi vấn đề trở nên nghiêm trọng. Trong trường hợp trên, rõ ràng việc xen vào giải quyết của cấp trên chỉ “giúp” tạo thêm vấn đề, chứ không giải quyết được gì. Thách thức ở đây chính là việc nhận biết những nguyên nhân gây mâu thuẫn xuất phát từ điểm khác biệt văn hóa, và tìm ra cách giúp nhóm trở lại quỹ đạo làm việc, đồng thời giúp các thành viên biết cách giải quyết những vấn đề tương tự có thể xảy đến trong tương lai.

Jeanne Brett, Kristin Behfar và Mary C. Kern đã tiến hành phỏng vấn các nhà quản lý và thành viên của các nhóm làm việc đa văn hóa từ nhiều công ty trên thế giới, từ đó đã chỉ ra các cách giải quyết của người quản lý trong tình huống nêu trên chỉ khiến mâu thuẫn tăng lên và hiệu quả làm việc tồi đi. Hãy nhớ rằng chúng ta đang đề cập đến những nhóm người làm việc với tư duy kinh doanh trong đầu khác nhau, và những mâu thuẫn hàng ngày diễn ra chủ yếu xuất phát từ những điểm khác biệt trong kiến thức về thị trường sản phẩm, dịch vụ chăm sóc khách hàng và đôi khi cả khái niệm thời gian làm việc.

Điều may mắn là con người hoàn toàn có thể quản trị được những thách thức mang tính văn hóa này, nếu các nhà quản lý và thành viên trong nhóm chọn được cách giải quyết phù hợp, tránh tình huống “cô độc trong đám đông” trong một doanh nghiệp làm việc có nhiều nền văn hóa khác nhau.

1.1. Toàn cầu hóa - bối cảnh giao tiếp ngày nay

- Toàn cầu hóa là khái niệm dùng để miêu tả các thay đổi trong xã hội và trong nền kinh tế thế giới, tạo ra bởi mối liên kết và trao đổi ngày càng tăng giữa các quốc gia, các tổ chức hay các cá nhân ở góc độ văn hóa, kinh tế... trên quy mô toàn cầu.

- Mọi người đều đang sống những cuộc sống mang tính toàn cầu. Nhưng các nhà kinh doanh sống những cuộc sống mang tính toàn cầu hơn cả. Toàn cầu hóa tương đồng với sự gia tăng về độ thẩm thấu của những biên giới truyền thống, bao gồm những biên giới xung quanh các quốc gia, các nền kinh tế, nền công nghiệp và các tổ chức.

- Một doanh nghiệp hiện nay không phải như một người nông dân ngày xưa - làm việc trên cánh đồng của mình, giao tiếp với làng xóm của mình (những người thân quen, họ hàng... sinh sống nhiều đời bên cạnh nhau, cùng phong tục, tập quán, văn hóa, lối sống); mà là như những công dân trong một "ngôi làng" toàn cầu. Những cá nhân trong ngôi làng toàn cầu này hàng ngày phải giao tiếp, làm việc, liên hệ với những công dân xa lạ đến từ nhiều nền văn hóa khác nhau, thậm chí với cách tư duy, lối sống, hành vi trái ngược.

- Trong cùng một nền văn hóa, sự khác biệt giữa các vùng miền đã có thể tạo ra những sự hiểu lầm trong giao tiếp. Vì vậy, sự khác biệt giữa các công dân trong ngôi làng toàn cầu là điều hiển nhiên sẽ xảy ra.

1.2. Vai trò của giao tiếp trong môi trường toàn cầu (dị biệt văn hóa)

Trong môi trường giao tiếp mang tính toàn cầu hóa hiện nay, công nghệ thay đổi từng ngày và con người luôn đứng trên vai của những người khổng lồ về mặt tri thức của các thế hệ trước thì việc là thế nào để có thể nối kết được với nhau là một việc rất quan trọng. Hơn nữa, con người luôn "không thể làm gì" nếu như không có sự liên hệ với các công dân toàn cầu khác. Sự nới lỏng các rào cản thương mại, gia tăng kinh doanh quốc tế và sự gia tăng mức độ sử dụng công nghệ mới đã làm tăng cơ hội giao tiếp với nhiều người nói những ngôn ngữ khác hoặc thuộc về một nền văn hóa khác. Phát triển kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh trong môi trường đa văn hóa sẽ ngày càng quan trọng.

Những rào cản lớn nhất khi giao tiếp trong môi trường đa văn hóa là dị biệt văn hóa, ngôn ngữ và phản ứng vị chủng. Dị biệt văn hóa hiện qua các giá trị xã hội, quan niệm về địa vị xã hội, tập quán, pho tục, văn hóa, coi trọng ngữ cảnh hay không coi trọng...

1.3. Văn hóa và các dị biệt văn hóa

Lối giao tiếp của bạn là gì? Bạn giao tiếp theo kiểu trực tiếp, đi từ một điểm đến điểm tiếp theo? Hay bạn giao tiếp theo lối nói vòng, đi từ những điểm phụ bên ngoài rồi mới vào trọng tâm của vấn đề? Cho dù là cách nào đi nữa thì cũng không có khái niệm đúng sai hoàn toàn ở đây. Tuy nhiên, những người giao tiếp theo lối nói vòng có thể cảm thấy những người

giao tiếp theo kiểu trực tiếp nói năng có phần thô lỗ và cộc lốc. Ngược lại, những người giao tiếp theo kiểu trực tiếp lại thấy những người giao tiếp theo lối nói vòng có vẻ không thành thật hay quyết đoán. Trong cả hai trường hợp đều xảy ra sự hiểu lầm giừa những người giao tiếp với nhau. Chúng ta không trở nên bình đăng cho dù có phủ nhận sự khác biệt. Sự khác biệt vẫn luôn tồn tại và cần được nhìn nhận.

Con người là những cá thể độc lập, không ai giống ai. Vì vậy tồn tại những sự khác biệt là điều hiển nhiên. Một số khác biệt có được là nhờ việc thừa hưởng những yếu tố di truyền, chẳng hạn như màu da, màu mắt, tóc, hình dáng cơ thể, đặc điểm khuôn mặt v.v... Vì vậy mỗi người đều có những đặc điểm nhân cách riêng, một phần được "vũ trang" bởi môi trường sống, một phần nhờ vào sự giáo dục bên cạnh sự quyết định bởi hoạt động của chính cá nhân ấy.

Cuối cùng, mỗi con người đều thuộc về một nền văn hóa nhất định, vì thế chúng ta có bản sắc văn hóa. Mỗi cá nhân thuộc về một nền văn hóa nhưng lại tham gia vào những nhóm văn hóa khác nhau. Đơn cử như người A - người Việt Nam (nền văn hóa) - thờ Phật (nhóm văn hóa) - nhân viên văn phòng (người làm công sở) - thích sưu tầm tem (nhóm văn hóa). Chính những sự khác biệt này làm cho mỗi con người là những cá thể dị biệt văn hóa. Dị biệt văn hóa có thể là một rào cản khó vượt qua. Khi bạn viết hoặc nói chuyện với một người khác văn hóa với bạn, bạn sẽ truyền đi một thông điệp bằng cách sử dụng những quan niệm theo nền văn hóa mà bạn xuất phát. Tuy nhiên, người nhận thông điệp giải mã theo quan niệm của nền văn hóa của chính họ, vì thế ý nghĩa của thông điệp có thể bị hiểu sai. Sự khác biệt giữa các nền văn hóa của người gửi và người nhận càng lớn bao nhiêu thì rủi ro về sự hiểu im càng nhiều bấy nhiêu và tình huống giao tiếp có nguy cơ bị phá vỡ.

Nhìn chung những dị biệt văn hóa thường xảy ra ở trong các lĩnh vực sau:

1.3.1. Khác biệt trong văn hóa giao tiếp

Trong văn hóa phương Tây, giao tiếp được miêu tả là việc nói chuyện trực tiếp và thẳng thắn. Điều này có nghĩa là, mọi chuyện phải được rõ ràng, người nói không cần để ý quá nhiều đến hoàn cảnh cuộc nói chuyện và người nghe cũng không cần mất công "phiên dịch", đoán ý. Tuy nhiên, khái niệm "giao tiếp" này lại không phù hợp với nhiều nền văn hóa khác, nơi ý nghĩa cuộc nói chuyện nằm sâu trong thông điệp được truyền tải. Ví dụ, các nhà đàm phán phương Tây tìm kiếm thông tin cần thiết về sở thích của đối tác bằng những câu hỏi trực tiếp như "Anh thích lựa chọn A hay lựa chọn B?". Nhưng trong nền văn hóa phương Đông, người ta tìm hiểu sở thích của đối tượng giao tiếp bằng cách suy luận (chứ không hỏi trực tiếp). Vậy là trong những cuộc đàm phán giữa hai nền văn hóa phương Đông và phương Tây, những người

phương Đông có thể hiểu văn hóa giao tiếp của phương Tây, nhưng người phương Tây sẽ khó mà hiểu được văn hóa giao tiếp của người phương Đông.

Một quản lý người Mỹ lãnh đạo dự án xây dựng giao diện cho hệ thống dữ liệu khách hàng, đã từng làm việc với cả người Mỹ và người Nhật đã giải thích vấn đề trong nhóm của anh ta thế này: "Tại Nhật Bản, mọi người muốn nói chuyện và bàn luận. Sau đó chúng tôi sẽ nghỉ giải lao và tán gẫu với nhau. Nhân viên người Nhật luôn muốn có sự hòa hợp trong tổ chức. Nhưng một trong những bài học tôi phải rất khó khăn mới học được là khi tôi nghĩ rằng họ đang nói "vâng" thì thực chất chỉ là "tôi đang nghe anh nói đây". Khác biệt trong giao tiếp trực tiếp và không trực tiếp giữa các nền văn hóa có thể gây ra những hậu quả nghiêm trọng trong mối quan hệ giữa các thành viên, khi dự án gặp khó khăn. Trong trường hợp trên, khi nhà quản lý người Mỹ nhận ra có vấn đề đe doạ ngưng hoạt động trong toàn bộ hệ thống, ông ta đã gửi thư điện tử cho ông chủ người Mỹ và các thành viên người Nhật trong nhóm. Phản ứng thật khác nhau. Ông chủ người Mỹ ngay lập tức đưa ra lời cảnh báo trực tiếp, còn những đồng nghiệp người Nhật lại bối rối, cho rằng ông ta đã "quá lời", xâm phạm nghiêm trọng các nguyên tắc. Phản ứng của họ càng khiến cho nhà quản lý thấy khó giải quyết vấn đề. Có lẽ các nhân viên người Nhật sẽ phản ứng tích cực hơn, nếu người quản lý diễn tả vấn đề một cách gián tiếp. Cụ thể như, người quản lý có thể hỏi họ chuyện gì sẽ xảy ra nếu hệ thống không hoạt động thông suốt?

Những khó khăn trong giao tiếp luôn khiến việc chia sẻ thông tin bị hạn chế, tạo ra mâu thuẫn giữa các cá nhân, từ đó cản trở hiệu quả làm việc trong nhóm. Tại Nhật Bản, việc đưa ra phản ứng gay gắt ngay trước mặt là một điều cấm kỵ. Hành động của nhà quản lý người Mỹ không chỉ xâm phạm đến nguyên tắc xã hội, mà còn cả tâm lý. Bạn muốn hỏi hành động đáp trả của những đồng nghiệp người Nhật ư? Họ đưa anh chàng người Mỹ đến "văn phòng" nhỏ xíu, đúng nghĩa một cái kho, nơi chỉ có duy nhất một cái bàn và điện thoại. Rồi họ tìm cách tách khỏi anh ta, đưa ra dấu hiệu rõ ràng nhất rằng anh ta không thuộc cộng đồng của họ, và họ chỉ giao tiếp với anh ta khi cần. Hậu quả gì sẽ xảy ra sau đó, quả là điều khó có thể lường trước được một cách chi tiết.

Vậy là phản ứng trực tiếp của viên quản lý người Mỹ trước khó khăn tưởng như đã giải quyết được vấn đề (ít ra là ta có cảm giác thế). Nhưng do anh ta đã xâm phạm những nguyên tắc thuộc phạm trù văn hóa ứng xử, nên anh ta đã tự tạo ra thách thức cho chính mình khi làm iệc chung với các đồng nghiệp người Nhật và do vậy, hạn chế hiệu quả ám việc trong các dự án sau này. Hậu quả ấy cũng sẽ không dừng lại nếu mọi sự không được giải quyết thấu tình đạt lý và tình huống giao ếp sẽ trở nên hết sức căng thẳng và trầm trọng.

1.3.2. Không thông hiểu ngôn ngữ

Ngôn ngữ trong giao tiếp đa văn hóa có một vai trò đặc biết quan trọng vì ngôn ngữ là một trong những chất liệu tạo ra thông điệp.

Mặc dù ngôn ngữ kinh doanh quốc tế chủ yếu là tiếng Anh, nhưng đôi khi vẫn xảy ra hiểu lầm do những người sử dụng nhấn mạnh sai trọng âm, không nói trôi chảy hoặc dịch sai ý. Cụ thể như một thành viên người Mỹ La tinh trong một nhóm tư vấn đa văn hóa từng than thở. Nhiều lúc tôi cảm thấy do khác biệt về ngôn ngữ nên tôi không thể iễn tả đúng cảm giác của mình. Tôi để ý thấy khi nói chuyện với một người Mỹ thì anh ta chính là người dẫn dắt. Tôi hiểu điều này nhưng thất vọng".

Một thành viên người Mỹ trong công ty gồm cả nhân viên người Mỹ và Nhật bản, phụ trách mở rộng thị trường cho một công ty Mỹ và Nhật Bản cho biết: "Đây hoàn toàn là một công ty đã bị Mỹ hóa. Tôi không quan tâm nhiều đến phản ứng của những tư vấn viên người Nhật và cảm thấy họ không nói thông thạo như mình, thậm chí cho rằng họ không đủ thông minh, và do vậy không có khả năng tạo thêm giá trị. Vậy là ở đây, những nhân viên người Mỹ đã đánh giá thấp khả năng của đồng nghiệp người Nhật." Rõ ràng, nếu muốn thâm nhập vào thị trường Nhật Bản mà không có sự giúp đỡ của họ, công ty sẽ giảm thiểu cơ hội thành công và tăng thêm thách thức.

Thành viên không nói thông thạo ngoại ngữ có thể là người giỏi nhất trong lĩnh vực chuyên môn, chỉ là có những khó khăn trong giao tiếp khiến mọi người không nhận ra người ấy là người giỏi mà thôi. Nếu đồng nghiệp coi thường hoặc không kiên nhẫn, mâu thuẫn chắc chắn sẽ xảy ra. Những nhân viên không thông thạo ngoại ngữ có thể cảm thấ\ ít có động lực đóng góp vào thành công chung, hoặc lo lắng về nhũn; đánh giá hiệu quả công việc của mình và viễn cảnh công việc tronc tương lai. Xét về toàn thể, công ty cũng sẽ phải trả giá khi không kiêm soát được môi trường làm việc đa quốc gia để nhận lại hiệu quả không mong muốn.

Trong vài trường hợp, nhiều công ty đã sử dụng tính khác biệt ngôn ngữ để giải quyết xung đột. Cụ thể như một nhóm phụ trách mua hàng gồm nhân viên người Mỹ và Mỹ La tinh phụ trách đàm phán với một nhóm nhà cung cấp người Hàn Quốc. Đàm phán diễn ra tại Hàn Quốc, nhưng dùng chung ngôn ngữ tiếng Anh. Rất thường xuyên, những người Hàn Quốc "họp kín" ngay tại bàn đàm phán bằng cách nói tiếng Hàn. Phản ứng lại, nhóm phụ trách mua hàng cũng tỏ vẻ "họp kín" bằng tiếng Tây Ban Nha (mặc dù trên thực tế họ chỉ nói chuyện về những sự kiện diễn ra trên thế giới hay tin tức về thể thao). Hiểu rõ cách phản ứng của các đồng nghiệp, nên những đàm phán viên người Mỹ cũng hùa theo trò chơi. Phương pháp này tỏ ra có hiệu quả: Một cách gián tiếp, những người Hàn Quốc hiểu rằng nói chuyện bằng tiếng Hàn

ngay tại bàn đàm phán là không lịch sự và sẽ gây tức giận cho phía đối tác. Kết quả, cả hai bên đàm phán đều cắt bỏ phần bàn luận bằng tiếng địa phương.

1.3.3. Quan điêm khác nhau về cấp bậc và quyền hạn

Trong một công ty đa văn hóa, những người có nền văn hóa nhau sẽ có quan điểm khác nhau về chức vụ và quyền hạn. Vì vậy. thường không cảm thấy thoải mái với cấu trúc này. Đối với những th5 viên đến từ nền văn hóa coi trọng cấp bậc, họ sẽ luôn ưu tiên ý kiến c người quản lý, tự hạ thấp quyền hạn và trách nhiệm của mình, thậm chí chấp nhận bị nhục mạ - điều vốn được coi là không thể chấp nhận được với những người có nền văn hóa theo chủ nghĩa quân bình.

Một nhà quản lý người hiện đang làm việc cho một nhóm phụ trách các khoản tín dụng tại một ngân hàng đã nói "Trong văn hóa, bạn luôn phải nhún nhường. Vì vậy, dù bạn có thực sự hiểu một vấn đề gì đó hay không, bạn cũng vẫn nên hỏi lại. Bạn luôn phải cởi mở, nếu muốn được tôn trọng. Thế nhưng khi tôi làm như vậy tại Mỹ, người Mỹ lại suy nghĩ tôi thực sự không biết vấn đề đang bàn thảo. Điều này khiến tôi có cảm giác người Mỹ cho rằng tôi đang lưỡng lự trước câu trả lời của chính mình".

Hậu quả của quan điểm khác biệt này khiến các thành viên trong nhóm tin rằng mình đang bị đối xử bất kính, dẫn đến toàn bộ dự án có nguy cơ đổ vỡ. Tại một cuộc đàm phán giữa một nhóm người Mỹ và một nhóm người Hàn Quốc, các thành viên người Mỹ đã rất khó khăn mới lấy được thông tin từ phía Hàn Quốc, vì vậy họ than phiền trực tiếp với Ban quản trị cấp cao của công ty này. Hậu quả, suýt nữa họp đồng bị huỷ. Đó là do trong các doanh nghiệp và văn hóa Hàn Quốc, cấp bậc luôn được tôn trọng triệt để. Vì vậy, lời than phiền của người Mỹ đã khiến những nhà quản lý cấp cao người Hàn cảm thấy bị xúc phạm. Đáng lẽ những người Mỹ nên gửi lời than phiền của mình đến những người đồng nghiệp người Hàn đang đàm phán với họ. Bằng việc gửi lời than phiền đến các nhà quản lý cấp cao người Hàn, mâu thuẩn trong đàm phán đã bị "leo thang", trước khi các nhân viên đàm phán người Hàn Quốc kịp giải quyết vấn đề. Căng thẳng chỉ được giải quyết khi những nhà quản lý cấp cao của công ty Mỹ bay ngay đến Hàn Quốc, xoa dịu và tỏ thái độ tôn trọng của mình đến các đồng nghiệp người Hàn.

1.3.4. Tiêu chuẩn khác biệt trong quá trình ra quyết định

Khác biệt văn hóa thể hiện rõ nhất trong quá trình ra quyết định, trước hết là tốc độ đưa ra quyết định và công sức bỏ ra phân tích sổ liệu, tình hình trước khi ra quyết định. Không có gì ngạc nhiên khi những nhà quản lý người Mỹ là những người rất ít khi bỏ nhiều công sức ra phân tích tình hình và ra quyết định nhanh hơn nhiều nhà quản lý mang quốc tịch khác.

Một nhà quản lý người Brazil hiện đang làm việc cho một công ty Mỹ, chịu trách nhiệm đàm phán mua hàng của một doanh nghiệp Hàn Quốc đã nói "Trong ngày đầu tiên, chúng tôi cùng đồng ý ba điều khoản. Đến ngày thứ hai, những nhà đàm phán người Mỹ muốn bắt đầu đàm phán về điều khoản thứ tư, nhưng phía Hàn Quốc lại muốn quay lại và bàn luận lại về ba điều khoản ban đầu. Người quản lý của tôi gần như bị sốc."

Những gì mà các thành viên đàm phán người Mỹ học được từ trường hợp này là phong cách Mỹ không thể đơn giản áp dụng cho các nền văn hóa khác. Ví dụ, những nhà quản lý đến từ nền văn hóa không - phải - Mỹ thường hạn chế chia sẻ thông tin cho đến khi hiểu toàn bộ dự án. Nhưng họ cũng phải biết rõ mình không thể dễ dàng bỏ qua quá trình ra quyết định nhanh chóng của những đồng nghiệp người Mỹ. Phải làm gì đây? Cách tốt nhất là tự điều chỉnh, cố gắng nhượng bộ khi có thể và nên tỏ thái độ trước những quyết định của đối phương. Hay ở một tình huống khác, các quản lý người Mỹ có thể tìm cách trấn an người quản lý vốn không kiên nhẫn của mình, không nên để ông ta tham dự trực tiếp vào các cuộc họp và gửi báo cáo thường xuyên về tiến trình công việc. Còn các nhà quản lý đến từ nền văn hóa khác có thể chia sẻ thông tin khi cần, và nên nói những câu kiểu như "Chúng tôi sẽ xem xét toàn bộ dự án trước khi đi vào chi tiết".

Cuối cùng sự dị biệt văn hóa còn thể hiện ở việc truyền đi một quyết định. Với những nền văn hóa coi trọng tính chân thực, thẳng thắn, phân biệt rạch ròi công việc và mối quan hệ, họ dễ dàng gửi đến người nghe một quyết định rõ ràng và đầy đủ thông tin. Nhưng tại các nền văn hóa coi trọng ngữ cảnh, thích sự tế nhị và lấy tình cảm làm nguyên tắc sống, họ thường phải chuẩn bị rất kỹ lưỡng cho hành động thông báo quyết định này, đặc biệt là những quyết định mang tính tiêu cực. Điều này sẽ làm cho sự chuẩn bị tâm lý đón nhận những điều không mong chờ sẽ an toàn hơn, người giao tiếp sẽ ít tổn thương nhất...

2. Phong tục tập quán và văn hoá giao tiếp của một số nước Châu Á

Trong lịch sử của các nước Châu Á đã có mối quan hệ chặt chẽ, giao lưu nhộn nhịp và ảnh hưởng lẫn nhau khá lớn. Phong tục và lễ tiết của nhiều nước Châu Á có nhiều điểm gần gũi nhau. Nhiều nước Châu Á theo đạo Phật, một số ít hơn theo đạo Hồi và có một số theo đạo Thiên Chúa nên Châu Á là nơi mà ba tôn giáo này có ảnh hưởng mạnh nhất.

Phong tục tập quán và văn hoá giao tiếp ở mỗi quốc gia là cơ sở rất quan trọng để việc giao tiếp xuyên văn hoá hay giao tiếp trong môi trường đa văn hoá trở nên hiệu quả hơn.

2.1. Nhật Bản

2.1.1. Tín ngưỡng tôn giáo

Phần lớn người Nhật theo Thần đạo và đạo Phật. Một số ít theo đạo Cơ Đốc và đạo Thiên Chúa.

2.1.2. Lễ hội

- Tết 1-1: Ăn Tết giống như Việt Nam

- Tết trưởng thành 15-1: Tết cho những người tròn 20 tuổi.

- Tết nhi đồng: Có Tết nhi đồng nam và Tết nhi đồng nữ. Tết nhi đồng nam được gọi là Tết Đoan Ngọ, về thời gian và cách ăn Tết cơ bản giống như người Việt Nam, chỉ có khác là vào ngày Tết đó các nhà có con trai ngoài cửa đều treo cờ cá chép to nhỏ khác nhau, cờ to tượng trưng cho con trai lớn, cờ nhỏ tượng trưng cho con trai nhỏ, số cờ bằng với số con trai. Tết nhi đồng nữ vào ngày 3-3, còn gọi là Tết ấu thơ.

- Hoa anh đào là Quốc hoa của người Nhật nên ở Nhật có Tết anh 1 đào kéo dài từ 15-3 đến 15-4 hàng năm.

- Ngoài ra còn có Tết kính lão 15-9, Tết văn hóa 3-11 cũng là những l nét văn hoá lễ đặc trưng.

2.1.3. Ẩm thực

Tập quán ẩm thực của Nhật khá đặc biệt. Ẩm thực hàng ngày chủ yếu có ba loại nấu ăn:

- Loại 1 là cách nấu truyền thống của Nhật, gọi là hòa thực. Các món ăn điển hình nhất của hòa thực là cá gỏi (các lát cá sống), lẩu (giống như lẩu Trung Quốc), sushi (cơm Nhật) và mì sợi.

Buổi sáng người Nhật thích ăn cháo, gần đây thích ăn cả bánh mì, bò (do chịu ảnh hưởng của phương Tây). Bữa trưa và bữa tối ăn cơm "gạo tẻ" với cá và rau là chính. Nhật Bản là quốc đảo nên có rất nhiều hải sản, do đó người Nhật rất thích ăn cá. Cách làm cá cũng rất đa dạng như rán, hấp, xào, nướng. Họ cũng rất thích canh cá băm viên. Khi ăn cá gỏi, người Nhật dùng nhiều đồ cay để làm mất mùi tanh và diệt khuẩn. Họ còn thích ăn tương, dưa muối, rau cao, ô mai. Khi ăn đồ nguội họ thích rắc thêm vài hạt vừng, vài lát gừng để kích thích khẩu vị.

- Loại 2 là nhập từ Trung Quốc vào gọi là "Cơm Trung Quốc". Người Nhật thích món ăn Quảng Đông, Bắc Kinh, Hoài Dương và Tứ Xuyên (không dùng chất cay).

- Loại 3 là từ Châu Âu truyền vào gọi là "Cơm Tây".

Rốt cục người Nhật thích cách nấu nào nhất, cái đó tùy thuộc vào sở thích của từng lớp người nhưng tập trung họ thích ba cách nấu nướng nói trên.

- Người Nhật ngại ăn nhiều mỡ, thích ăn món tươi mà ngọt, thích thịt bò, trứng cua, đồ hải sản, thịt lợn nạc, đậu phụ nhưng không thích ăn thịt mỡ và nội tạng của lợn (tim, gan, lòng lợn v.v...).

- Người Nhật thích uống rượu, các loại rượu như rượu trắng của Nhật, whisky Anh, vang Pháp, Mao đài Trung Quốc đều là thứ đồ uống được ưa chuộng.

2.1.4. Trà đạo và hoa đạo

Trà đạo và hoa đạo là hai phong tục rất nối tiếng của Nhật.

- Trà đạo là một nghệ thuật ẩm thực đặc sắc của Nhật và cũng là một thứ lễ nghi giao tế của họ. Nó đòi hỏi phải có một môi trường tự nhiên tao nhã, một trình tự pha trà chặt chẽ gồm các khâu đun nước, pha trà. thưởng thức trà và cách chọn ấm chén dùng trà. Trang trí và kiến thức của phòng trà cũng rất nhiều kiểu cách. Người Nhật coi trà đạo là một biện pháp tu thân, nâng cao trình độ văn hóa và tiến hành xã giao. Tra đạo là một di sản văn hóa truyền thống của Nhật, đã có tới trên 400 năm lịch sử. Hiện nay trong nhiều dịp lễ hội của Nhật vẫn giữ lệ “Dâng trà". Trà không còn là một thứ đồ uống bình thường trong cuộc sống cúi người Nhật mà được coi là một sự khoản đãi rất đặc biệt đối với khác từ phương xa tới theo tinh thần “Hòa cao kính thanh tịnh”.

- Hoa đạo là nghệ thuật cắm hoa và cũng là nghệ thuật trang phòng khách. Trước đây đó là một thứ hoạt động tôn giáo cúng Phật sau này dần đầu trở thành một nghệ thuật dân gian kỳ thú.

2.1.5. Văn hóa giao tiếp

- Người Nhật rất coi trọng chữ lễ trong đối nhân xử thế và sinh hoạt hằng ngày. Đơn cử như trong giao tiếp thường dùng từ “hèn mọn” để chỉ cái tôi, được tặng quà thì từ chối vì cảm thấy không xứng đáng, tặng quà cho người khác thì chê quà của mình xoàng xĩnh, giới thiệu vợ con với người khác thì vạch ra một số nhược điểm.

Đặc biệt phụ nữ Nhật Bản ăn nói rất dịu dàng, lúc nào cũng tươi cười và cúi mình thi lễ.

Người Nhật khéo dùng “kính ngữ” nên trong ngôn ngữ Nhật có phân biệt rõ hai loại “kính ngữ” và “giản ngữ”.

Người Nhật có quan niệm rõ về đẳng cấp, phân biệt rõ ranh giới trên dưới, trẻ già, dùng kính ngữ nói chuyện với cấp trên, người lớn tuổi và khách. Dùng giản ngữ đối với người ngang hàng, cấp dưới và người trẻ tuổi. Những “kính ngữ” thường dùng nhất của người Nhật là “Xin bái yết Ngài”, “Xin được chiếu cổ”, “Xin làm phiền Ngài”. Họ kiêng kỵ những câu hỏi đại loại như “Đã ăn cơm chưa?”

- Hiện nay người Nhật ra nước ngoài hay mặc âu phục. Hòa phục là trang phục truyền thống của Nhật, thường được mặc trong trường hợp giao tế quan trọng hoặc trong lễ hội. Họ rất coi trọng nghi dung, coi ăn mặc thiếu chỉnh tề là vô lễ. Họ chú trọng vệ sinh, ở căn hộ một buồng chật hẹp cũng phải có toa-lét riêng như một nhu cầu cần thiết.

- Người Nhật gặp nhau thường cúi mình chào. Gặp nhau lần đầu cúi mình 90°. Họ ít khi bắt tay, bạn bè gặp nhau mới bắt tay hoặc ôm nhau nhưng chỉ trong một thời gian ngắn và không ôm chặt.

- Người Nhật không nói chuyện dài ở trong phòng, chỉ thăm hỏi nhau mà thôi. Khi gặp người nước ngoài thường bắt tay. Người Nhật nói chung không mời khách đến ăn cơm tại gia đình, có việc gì cần gặp nhau sẽ phải hẹn trước. Khi đến thăm nhà người Nhật không nên bước vào phòng ngay mà nên đứng ở cửa chào hỏi nhau rồi bỏ giày cởi áo ngoài mới bước vào phòng bỏ mũ, tháo găng tay. Chú ý đi đôi tất sạch sẽ, không có mùi hôi để tránh bị thất lễ với chủ nhà. Nên mang một bó noa tươi tặng bà chủ nhà, có thể kèm theo một gói bánh, kẹo. Khi vào phòng khách kiểu Nhật (gọi là kiểu Hòa), khách nam có thể ngồi khá này tiện trên sàn nhà, nhưng trong trường hợp chính thức nên quỳ gối, khách nữ nên quỳ thẳng hoặc quỳ ngồi nghiêng, hết sức tránh ngồi xếp chân bằng tròn. Trong khi chuyện trò không được múa máy tay chân, khi cáo từ và ra khỏi phòng khách mới được mặc áo ngoài, đi giày. Người Nhật không mời khách hút thuốc lá, khách muốn hút nên xin phép chủ nhà.

- Người Nhật rất thích uống rượu, không coi say rượu là chuyện xấu. Khi mời khách uống rượu họ tự tay rót để tránh bị thất lễ (hoặc chờ người khác rót hộ). Họ chú ý đến cách rót rượu cho khách: Tay phải cầm chai, tay trái đỡ đáy chai, không để miệng chai chạm vào cốc rượu, còn khách được mời thì tay phải cầm cốc, tay trái đỡ đáy cốc. Theo phong tục của Nhật, từ chối cốc rượu thứ hai không phải là thiếu lễ độ. Khách bợm rượu uống hết cốc này đến cốc khác sẽ được chủ nhà tán thưởng, hoan hô nhưng chủ nhà và những người khách khác không bồi rượu người khác. Khi không uống thì đừng có đặt cốc xuống bàn, phải đợi mọi người uống hết mới được đặt cốc xuống. Nếu không sẽ bị coi là thất lễ.

- Khi chào hỏi nhau với người Nhật, cần nói rõ họ, chỉ người nhà và bạn bè thân thiết mới được gọi tên nhau.

- Người Nhật trong trường hợp nào cũng giữ lễ, không bao giò làm cho người khác phiền lòng. Gặp việc làm tốt hay không họ đều mìm cười đón nhận.

- Khi nhìn người khác, người Nhật không nhìn vào mắt, vào mặt mà nhìn vào cổ họ. Họ cho rằng nhìn vào mặt người khác là vô lễ.

- Người Nhật thích các màu hồng, trắng, xanh, vàng, da cam. Màu hồng được coi là sự may mắn, vui mừng. Họ mặc áo màu vàng cho trẻ thơ, làm chăn bông hoa màu vàng cho người ốm vì coi màu vàng là ánh sáng mặt trời, có tác dụng giữ nhiệt.

- Người Nhật rất ưa chuộng các cây tùng, trúc, mai và các con rùa, hạc.

- Khi mới gặp nhau lần đầu người Nhật không thích nói chuyện công việc. Họ thích nhân dịp này gặp mặt nhau, tự giới thiệu, trao đổi danh thiếp. Sau khi bạn cạn một tuần trà chủ nhà người Nhật lại tiếp thêm một tuần trà nữa, có khi phải thương thức tới vài tuần trà rồi mới đi vào chủ đề. Thứ lễ nghi rườm rà như vậy có thể làm cho khách nước ngoài sốt ruột nhưng đối với người Nhật lại rất quan trọng. Họ không những thưởng thức vị trà mà còn lợi dụng dịp này để thăm dò tình hình đối phương như địa vị xã hội, sở thích, mối quan hệ hai bên. Sau khi thu thập được đủ thông tin cần thiết, phía người Nhật mới ngồi với nhau nghiên cứu đối sách đàm phán.

- Đối với người Nhật, gặp nhau lần đầu trao đổi danh thiếp với nhau là chuyện lễ tiết bình thường, do đó họ rất chú trọng cách trao. Thông thường chủ nhà, người cấp thấp hơn hoặc trẻ hơn trao trước cho khách, cấp trên và người cao tuổi hơn. Khi trao danh thiếp phải dùng hai bàn tay nâng tấm thiếp đưa theo chiều đối phương để dọc. Còn một cách đưa nữa là tay phải đưa danh thiếp còn tay trái nhận danh thiếp của đối phương. Nếu sau khi nhận danh thiếp đối phương rồi mới tìm danh thiếp của mình thì đó là một điều thất lễ nghiêm trọng. Vì vậy khi giao du với khách Nhật cần chuẩn bị sẵn danh thiếp của mình cho cẩn thận để có thể sẵn sàng trao đổi danh thiếp.

- Việc kinh doanh của người Nhật đã hình thành một phong cách "chữ lễ đi đầu", "báo giá cao, chiết khấu nhiều", "thỏa thuận chậm". Họ thường cân nhắc tới hiệu quả lâu dài của sự hợp tác và giao dịch, không quá tranh chấp lợi ích trước mắt, vụ kinh doanh nào cũng có kế hoạch tỉ mỉ, chu đáo.

- Buôn bán với người Nhật tốt nhất phải có người môi giới (người môi giới Việt Nam càng tốt) và cần chú ý lễ tiết. Vì họ hay báo giá cao nên ta phải kiên trì mặc cả, cần xét kỳ hàng hóa mới trả giá, đừng thấy họ chiết khấu nhiều đã thỏa mãn. cần tránh làm việc với họ vào tháng 2 và tháng 8 vì đó là mùa kinh doanh nhàn rỗi của họ. Người Nhật hết sức coi trọng thông tin, tư liệu. Trong đàm phán thương mại, người Nhật nào cũng tỏ ra uyên bác lầu thông sách sử, vận dụng tư liệu thoải mái. Do đó trước khi đàm phán với họ ta cần chuẩn bị chu đáo.

- Người Nhật có hiệu suất làm việc cao, ý thức thời gian mạnh, nhưng họ lại tỏ ra dềnh dàng trong đàm phán, thái độ khá thận trọng, không tùy tiện tỏ thái độ, càng không thích nói chừ "không". Họ luôn luôn gật gà gật gù nhưng như vậy không có nghĩa là họ tán thành mà chỉ

có nghĩa là đã nghe rõ lời đối phương. Trước khi kí hợp đồng, họ để dành ra nhiều thời gian để cân nhắc, thẩm tra lại các chi tiết, một khi đã ký là rất đáng tin cậy, không phá hợp đồng.

- Người nước ngoài sang Nhật làm việc rất ít khi nghe họ nói "không được", họ sẽ dùng một từ ngữ mềm dẻo hơn để bày tỏ ý đó. Hiếm hoi lắm ta chỉ nghe thấy người Nhật nói lí nhí "không được". Khi họ nói "việc này khó lắm" thì có nghĩa là "không được", "không hy vọng".

2.1.6. Các điều kiêng kỵ

- Người Nhật kỵ màu xanh lục, cho nó là màu xúi quẩy. Họ cũng không thích màu tím và màu trắng đen xen kẽ. Họ không ưa hoa sen vì cho rằng hoa sen sống trong bùn bẩn thỉu. Họ kiêng các con số 9 và số 4 vì trong tiếng Nhật, số 9 gần đồng âm với chữ "khổ" và số 4 gần đồng âm với chữ "tử". Vì vậy nên tránh bố trí khách Nhật ở khách sạn tầng số 9, số 4 hoặc các phòng số 9, số 4. Họ cũng rất ghét số chẵn nhưng ưa thích số lẻ, kiêng chụp ảnh ba người vì cho rằng chụp ba người thì người ở giữa sẽ chết. Họ không ưa mèo mắt vàng vì cho rằng ai nhìn thấy loại mèo này sẽ gặp chuyện xúi quẩy.

- Phụ nữ Nhật kiêng kỵ được hỏi chuyện riêng tư. Ở Nhật, chữ "tiên sinh" chỉ dùng cho các giáo viên, bác sĩ, bậc cao tuổi hoặc danh nhân, gọi một người bình thường là "tiên sinh" sẽ làm cho họ lúng túng.

- Người Nhật rất kỳ tính trong chuyện quà biểu. Họ coi trọng lợi ích thực tế. Khi gửi quà tặng cho người Nhật xin chớ dùng vật phẩm có trang trí hình con cáo hay con chồn chó vì họ cho rằng cáo là loài quỷ quyệt, chồn chó tượng trưng cho sự gian trá và phải tránh cả hoa cúc vì nó tượng trưng cho Hoàng gia Nhật, thường dân không được dùng.

- Người Nhật không dùng đũa gắp thức ăn cho người khác, trong dùng đũa họ có 8 điều kiêng kỵ nữa:

+ Không gắp nửa chừng, tức là không gắp thức ăn lên rồi lại đặt xuống ngay để gắp miếng khác.

+ Không ngoáy đũa trong bát.

+ Không ngắm đũa, tức là tay cầm đũa chưa gắp, mắt ngắm nghía chọn miếng gắp.

+ Không dùng đũa dính thức ăn.

+ Không cắm đũa vào miếng thịt rồi đút vào mồm như dùng nĩa.

+ Không dùng đũa xỉa răng.

+ Không dùng đũa day nước chấm ròng ròng.

+ Không mút đũa.

- Người Nhật không thích lược vì trong tiếng Nhật nó gần đồng âm với chữ "Khổ tử" (khổ và chết), họ cho rằng dùng lược là tự tìm cái khổ, tặng lược là cho người khác cái khổ.

2.2. Hàn Quốc

Người Hàn Quốc nổi tiếng thế giới về sự cần cù và dũng cảm. Họ có tính cách cương nghị, lòng tự tôn dân tộc rất mạnh. Họ rất nhiệt tình, hoạt bát, giỏi ca múa.

2.2.1. Tín ngưỡng và tôn giáo

Đạo Phật là tôn giáo chính ở Hàn Quốc, khoảng Vì dân số người Hàn là Phật tử.

2.2.2. Lễ hội

Hàn Quốc có rất nhiều ngày lề hội theo âm lịch giống với Việt Nam như Tết Nguyên đán, Tết Thanh minh, Tết Đoan ngọ, Tết trung thu. Từ xưa đến nay, Hàn Quốc vần có phong tục phụ nữ chơi trò đánh đu trong Tết Đoan ngọ.

2.2.3. Ẩm thực

- Thực phẩm chính của người Hàn Quốc là gạo, buổi sáng cũng vẫn thích ăn cơm, không ăn cháo. Họ thích ăn ớt, hạt tiêu và dưa muối. Trong xào nấu thức ăn hay cho thêm ớt, hạt tiêu.

- Bình thường, họ thích ăn đậu phụ khô, giá, trứng rán, cá rán, thịt gà cay, lẩu.

Canh là món không thể thiếu trong bừa ăn. Canh nấu với thịt lợn, thịt bò, thịt gà, thịt chó lẫn lộn. Có khi là canh suông chỉ có tí xương với dỗ xanh. Họ rất thích ăn món “canh hầm” nấu với tương ớt, đậu phụ, cá, thịt, rau, dưa.

- Ngoài ra họ cũng thích ăn món rau sống pha giấm nhưng không -hích món rau xào có vị chua ngọt.

- Hiện nay đời sống người dân Hàn Quốc cao hơn trước, nhiều người trẻ thích ăn cơm Tây hơn.

- Người Hàn Quốc rất coi trọng lễ tiết, trong khi ăn không được tùy ẻn làm ồn, không nói chuyện, vừa ăn vừa nói chuyện bị coi là vô lễ.

Tâm lý học giao tiếp

2.2.4. Văn hóa giao tiếp

- Hàn Quốc là đất nước lễ nghĩa, mọi người dân đều chú ý giữ lễ như cấp dưới đối với cấp trên, người trẻ tuổi đối với người già bao giờ cũng tỏ ra tôn trọng. Khi bắt tay người cao tuổi hoai, họ dùng tay trái đặt nhẹ lên bàn tay phải của đối phương và cúi mình. Khi cùng ngồi với cấp trên, bao giờ họ cũng giữ tư thế nghiêm trang, không xuề xòa, muốn hút thuốc phải xin phép, khi ăn không đưa đũa gắp trước. Nam giới gặp nhau có thể lên tiếng chào hỏi, cùng cúi mình và bắt tay, còn nữ giới gặp người khác không bắt tay mà chỉ cúi mình thi lễ.

- Người Hàn không dễ bộc lộ tình cảm ra ngoài mặt, không trò chuyện ồn ào ở nơi đông người, lúc nào cũng tỏ ra đứng đắn lễ độ. Phụ nữ Hàn Quốc rất coi trọng nam giới, khi hai bên

gặp nhau bao giờ bên nữ cũng cúi mình chào hỏi trước. Khi cùng ngồi, nữ thường nhường nam ngồi ở những vị trí cao hơn.

- Khi tụ tập đông người, thường sắp xếp chồ ngồi cao thấp theo địa vị và tuổi tác, ưu tiên những người có địa vị cao hơn, lớn tuổi hơn.

2.2.5. Kiêng kỵ

Người Hàn Quốc kiêng con số 4, coi nó là điểm xúi quẩy vì đồna âm với chữ "Tử" trong tiếng Hàn. Vì vậy ở Hàn Quốc không có nhà số 4. Khi giao thiệp với người Hàn Quốc nên nhớ kỹ điều đó để khỏi làm mất lòng họ hay làm họ thương tổn.

2.3. Singapore

Diện tích đất nước Singapore nhỏ, gồm có đảo Singapore và một số đảo nhỏ, phong cảnh đẹp, nổi tiếng trên thế giới là một "thành phố hoa" Singapore có nghĩa là "Thành số sư tử". Dân Singapore có tới 76,7% là gốc Hoa, số còn lại là gốc Malaysia và Ấn Độ. Tiếng Malai là quốc ngữ. tiếng Anh là ngôn ngữ làm việc.

2.3.1. Tín ngưỡng và tôn giáo

- Người Singapore gốc Hoa theo Phật giáo và rất sùng kính. Họ có tập quán lập bàn thờ Phật tại gia và niệm Phật tại gia. Khi tụng kinh phải tuyệt đối giữ im lặng. Khi đi du lịch các nước châu Á họ thích đi lễ chùa và cúng tiền công đức.

- Người Singapore gốc Malaysia, Pakistan phần lớn theo đạo Hồi

- Có một số người Singapore theo đạo Thiên Chúa và Cơ Đốc.

2.3.2. Lễ hội

- Người Singapore gốc Hoa ăn Tết Nguyên đán, có tục mừng tuổi trẻ em, thờ cúng thần linh và tổ tiên, đốt pháo, người lớn cho trẻ em tiền mừng tuổi, đi thăm bạn bè thân thích, diễn tuồng, đi lễ chùa, mở hội rước đèn. Phong tục này giống thời Đường - Tống của Trung Quốc.

- Singapore coi "ngày thực phẩm" 17 - 4 là quốc lễ. Đen dịp đó nhiều cửa hàng thực phẩm đều chuẩn bị nhiều loại thực phẩm ngon, người dân cả nước không kể giàu nghèo đều mua về dùng trong dịp gia đình đoàn tụ, thết đãi bạn bè.

2.3. 3. Ẩm thực

- Người Singapore phần lớn đều thích món ăn Phúc Kiến - Quảng Đông.

- Thực phẩm chính là gạo (ăn cơm), bánh bao (nhưng không ăn màn thầu). Thức ăn là tôm, cá, những người không theo đạo Phật thích ăn thịt bò. về hoa quả, dân Singapore thích đào, vải, lê. Buổi sáng họ ăn món Âu, buổi chiều ăn điểm tâm. Họ rất thích uống trà pha chanh gọi là "trà Nguyên Bảo"

2.3. 4. Văn hóa giao tiếp

- Người Singapore đặc biệt chú trọng lễ tiết trong giao tiếp, ngành du lịch của họ phát triển rất mạnh là nhờ vào chất lượng phục vụ cao, lễ tiết phục vụ chu đáo. Để phát triển ngành du lịch, họ thường xuyên tổ chức các cuộc "vận động lễ tiết".

- Người Singapore gốc Hoa về mặt lễ tiết có nhiều nét rất giống với Trung Quốc, còn giữ lại nhiều phong tục cổ xưa của Trung Quốc như nhau chắp tay vái chào. Hiện nay nhiều người gặp nhau vẫn cúi chào hoặc bắt tay. Nhiều người Singapore nói tiếng Trung Quốc thành thạo, rất khéo dùng từ ngữ lề độ trong tiếng Hàn. Người Trung Quốc đi du lịch Singapore gặp thuận lợi lớn là vấn đề ngôn ngừ, tuy liên vẫn cần chú ý nói năng cho lễ độ, lịch sự, năng dùng những từ 'Xin cảm om", "Xin cứ tự nhiên", nói với người lớn tuổi cần "thưa ' cẩn thận.

- Người Singapore gốc Ấn Độ phần lớn theo Ấn Độ giáo, vẫn giữ kiểu phong tục, lễ giáo của Ấn Độ, trên trán của phụ nữ vẫn tô một điểm đỏ, nam giới thắt khăn trắng ở eo, gặp mặt chắp tay vái chào.

- Người Singapore gốc Malaysia và Pakistan phần lớn theo đạo Hồi, giữ phong tục của đạo Hồi.

- Thết khách: Thông thường người Singapore mời khách ăn trưa hoặc ăn tối. Khi ăn với người Singapore gốc Ấn hoặc gốc Malaysia, chớ dùng tay trái lấy thức ăn.

- Khi tới thăm nhà người Singapore có thể mang theo một bó hoa tươi hoặc gói kẹo sô cô la làm quà.

- Khi chuyện trò thì nên tránh nói chuyện chính trị và tôn giáo. Có thể nói chuyện du lịch và tình hình kinh tế Singapore.

- Môi trường: Singapore là một trong những nước phát triển cao về văn minh vật chất và văn minh tinh thần, là một vườn hoa đẹp. Cả nước hoa lá xanh tươi, đường phố sạch sẽ không bụi bẩn, phạt nặng những ai vứt đầu mẩu thuốc lá hoặc rác ra đường, thậm chí có khi bắt giam.

- Người Singapore coi lễ tiết là một nguyên tắc cư xử. Trong sinh hoạt hàng ngày rất chú trọng lễ tiết, coi sự lề độ là niềm tự hào, luôn luôn niềm nở, tươi tỉnh, nhiệt tình, chu đáo, ngay cả khi cảnh sát phạt người vi phạm giao thông cũng tươi cười. Đi du lịch Singapore đến đâu cũng gặp những bộ mặt tươi cười, hớn hở, làm cho khách du lịch cảm thấy như ở nhà mình vậy.

2.3.5. Kiêng kỵ

- Người Singapore kiêng chúc "Cung hỷ phát tài" vì cho rằng như vậy là kích động kiếm tiền phi nghĩa và làm việc ích mình hại người.

- Người Singapore rất thích màu hồng, xanh, không ưa các màu tím, đen, trắng, vàng.

- Trong hoạt động thương nghiệp, phản đối sử dụng hình tượng đài Phật và những từ ngữ nhà Phật khi làm các biểu tượng thương hiệu. Họ thích các họa tiết hình con voi, con dơi, hồn song hỷ.

- Các con số kiêng kỵ: 4, 7, 8, 13, 37, 69

- Người Singapore rất chú ý đến thể diện, khi giao thiệp cần chú giữ thể diện cho họ, nên năng dùng các từ ngữ như "Xin được chỉ bảo" "Xin được chiếu cố" v.v... Đã ký hợp đồng với họ là họ rất coi trọng chữ tín.

2.4. Malaysia

2.4.1. Tín ngưỡng tôn giáo

- Người Malaysia phần lớn theo đạo Hồi, coi đạo Hồi là Quốc đạo. Các tôn giáo khác cũng có nhưng ít người theo.

2.4.2. Lễ hội

- Ngoài lễ Quốc khánh và Tết năm mới, ở Malaysia coi hai ngày lễ nữa rất quan trọng là ngày lễ hội ăn chay và lễ hội Kulban (tức lễ hội Hiến sinh).

2.4.3. Ẩm thực

- Do ảnh hưởng của đạo Hồi nên phần lớn người Malaysia thích ăn thịt bò, thịt cừu, không thích món ăn mỡ màng. Ngoài ra họ còn thích ăn cá, tôm, gia cầm (gà vịt) và rau tươi.

- Họ rất thích ăn dừa, nước dừa. Dầu dừa dùng để xào rau, gia vị là bột cà - ri

- Họ thích món ăn Quảng Đông, Tứ Xuyên, phương thức nấu nướng có quay, rán, nướng, xào, thích ăn cay.

- Malaysia thuộc vùng nhiệt đới, nhiều hoa quả nên bữa ăn nào cũng có hoa quả.

2.4.4. Văn hóa giao tiếp

Người Malaysia hiền hòa, thân thiện, coi trọng lễ tiết, kính già quí trẻ. Nhìn chung lễ tiết giông như nhiểu nước Hồi giáo khác và mọi người rất cố gắng tuân thủ.

2.4.5. Kiêng kỵ

- Người Malaysia kiêng ăn thịt chó, thịt lợn, không dùng các đồ da lợn và đũa sơn (vì làm đùa sơn cần đến tiết lợn), tránh nói chuyện đến lợn, chó.

- Họ coi tay trái là bẩn thỉu nên không dùng tay trái cầm bất cứ thứ gì đưa cho khách.

- Trong sinh hoạt ở nơi công cộng, nam nữ đều không được mặc những trang phục hở cánh tay và đùi.

- Tránh dùng màu vàng, không mặc quần áo màu vàng. Màu đen tuyền bị coi là tiêu cực.

- Kiêng kỵ các con số: 0, 4, 13

- Malaysia có lệ cấm rượu nên trong tiệc tùng không mời khách uống rượu.

3. Phong tục tập quán và văn hoá giao tiếp của các nước Âu - Mỹ và một số nước khác

3.1. Đức

- Người Đức đặc biệt chú ý đến lễ tiết trong hoạt động thương vụ. Đơn cử như khi chào hỏi nhau cần nói đủ cả chức tước học vị, như bác sỹ, giám đốc... Cần năng dùng chức tước đó, tránh gọi tên không có hàm kèm theo.

- Khi bàn chuyện buôn bán làm ăn với họ, không được anh anh - em em, có chuyện gì cứ nói trực tiếp, thẳng thừng, không nên khen tặng nhiều quá trong giao dịch.

- Trong khi chuyện trò với họ không nên đề cập đến chuyện của người khác, chuyện chính trị quốc gia, đặc biệt không nói khuyết điểm, thiếu sót của người khác trước mặt họ.

- Người Đức khi gặp nhau và tạm biệt nhau bắt tay lâu và có thể bắt tay nhiều lần.

- Người Đức thực thà, trọng chữ tín, đáng tin cậy. Ký hợp đồng với họ không lo họ bỏ chữ tín.

- Khi dự tiệc, người Đức (nam giới) ngồi ở bên trái khách nữ và người có địa vị cao. Khi khách nữ rời bàn tiệc và quay về, khách nam đều phải đứng dậy để giữ lễ tiết. Sau khi dự tiệc vài ba ngày thế nào cũng phải gửi thư cảm ơn chủ nhà.

- Người Đức rất chú ý tôn trọng giờ giấc, đã hẹn hò với họ là phai tuân thủ nghiêm thời gian thỏa thuận, có gì thay đổi phải sớm thông báo cho họ biết.

- Khi được họ mời tới nhà ăn cơm, bạn nên mang đến một bó hoa tươi, tuyệt đối không mang rượu nho (rượu vang) đến, vì chủ nhà sẽ cho rằng bạn chê rượu của họ kém phẩm chất.

3.2. Italia

- Người Italia cởi mở, thẳng thắn, rất coi trọng lễ tiết, khi gặp nhau thường bắt tay.

- Trong hoạt động thương vụ họ rất tôn trọng đối phương, gọi đối phương là Ngài. Họ cũng thích được gọi cả chức tước của mình trong quá trình giao tiếp, làm việc.

- Theo phong tục Italia, các cuộc gặp gỡ bàn chuyện buôn bán đều phải hẹn trước, nhưng họ thường đến chậm vài phút vì họ cho rằng làm như vậy là tỏ ý lễ độ.

- Trong giao thiệp với người Italia, nên tránh gọi điện thoại khi chưa quen biết nhau, có thể dùng cách viết thư hoặc fax để giới thiệu mình với họ, như vậy sẽ gây được ấn tượng tốt hơn. Trong giao thiệp với họ cần chú ý xây dựng mối quan hệ hữu hảo. Đây là yêu cầu cơ ban để mối quan hệ giao tiếp được mở rộng.

- Ngoài ra trong giao thiệp thương vụ với họ nên ít dùng thư từ, điện tín, nên trực tiếp gặp mặt, nếu không họ sẽ nghĩ bạn thiếu thành tâm và có thể ngãng ra.

- Trong khi trò chuyện với họ không nên nói chuyện quốc gia đại sự và bóng bầu dục Mỹ, nên nói về thức ăn, nghệ thuật, bóng đá Italia.

- Người Italia rất coi trọng gia đình, bàn chuyện gia đình, bạn bè là chuyện bình thường đối với họ.

- Người Italia đặc biệt rất thích các con vật nhỏ, thích nuôi chó, mèo. Nên tặng cho họ những quà lưu niệm có hình động vật.

- Có thể tặng hoa cho người Italia nhưng chớ tặng hoa cúc vì hoa cúc được dùng trong lễ tang Italia.

- Người Italia kiêng kỵ tặng cho nhau khăn tay, hàng dệt và hàng sợi đay.

3.3. Mỹ

- Phần lớn người Mỹ đều không thích lối xưng hô “Ngài”, “Quý ông”, “Quý bà”, tất cả già trẻ nam nữ đều thích được gọi tên, coi đó là dấu hiệu riêng của sự thân thiết.

- Với những người có học vị thì nên kết hợp với tên gọi, như giáo sư Herry, bác sỹ Kerry, không nên gọi chức vụ hành chính như cục trưởng, giám đốc...

- Theo lễ tiết xã giao của Mỹ, khi một khách nam đến thăm gia đình người khác mà muốn trao danh thiếp thì phải trao cả cho chồng và vợ nhưng lại không bao giờ trao 3 danh thiếp ở cùng một nơi. Khi trao danh thiếp của họ cho bạn thì bạn cũng chớ có phiền lòng làm chi vì đó là chuyện bình thường đối với họ.

- Giới doanh nghiệp Mỹ thường có thói quen hẹn làm việc trong bữa ăn sáng hoặc bữa ăn trưa. Bạn cần đến đúng thời gian, đề cao chữ Tín. Mỗi cuộc hẹn gặp đều làm sớm vài ngày, nếu lỡ dở thì phải thông báo ngay, nói rõ nguyên nhân và xin thứ lỗi.

- Hiện nay ngày càng có nhiều phụ nừ Mỹ tham gia buôn bán, họ không muốn bị coi là kẻ phụ thuộc, một thứ đồ trang sức. Vì vậy khi làm việc cần quên đi giới tính “nữ” của họ, coi như mình đang bàn chuyện làm ăn với một người đàn ông Mỹ.

- Ở Mỹ có tập quán gửi tặng phẩm cho nhau dịp ngày lễ, sinh nhật, ngày cưới. Khi đến thăm một gia đình Mỳ, nên mang theo một món quà có hương vị quê hương mình như chè, đồ đan lát, đồ thêu... Chủ nhân có thể rất thích thú.

3.4. Úc

- Người Úc tính tình cởi mở, nhiệt tình, hành động thoải mái, khỉ gặp khách thế nào cũng bắt tay mừng rỡ, nếu đã thân quen thì chi hô một tiếng “Hello” là được, thậm chí cũng chẳng cần “Hello” mà chỉ cân nháy mắt là đã có ý chào hỏi rồi.

- Người Úc còn có một tập quán là khi đi xe taxi bao giờ cũng thích ngồi cạnh lái xe, ngay cả khi hai vợ chồng cùng đi thì anh chồng vẩn nhảy lên hàng ghế trên với lái xe, để vợ ngồi một mình ở hàng ghế sau Họ cho rằng làm như vậy để tỏ ý tôn trọng lái xe, tránh bị coi là thất lễ

- Làm việc với thương gia úc cần ăn mặc âu phục chỉnh tề, nếu gặp ngày hè nóng nực có thể chỉ mặc sơ mi nhưng phải đeo cà vạt.

- Người Úc rất ý thức phải có mặt đúng giờ về giờ giấc, trước khi gặp nhau cần hẹn sớm và phải có mặt đúng giờ. Sáng chủ nhật họ thường cùng nhau đi lễ nhà thờ nên tránh hẹn làm việc vào thời gian đó. Trên bàn đàm phán không nên chơi trò ú tim đối với họ, cần nói thẳng thừng, sớm tung con bài tẩy ra ngay vì họ không muốn lãng phí thời gian cho chuyện mặc cả, bớt một thêm hai.

- Khi đi ăn với thương gia người úc gốc Anh không nên bàn chuyện buôn bán trên bàn ăn, đó là việc khiến họ rất khó chịu.

- Trong giao thiệp với thương gia người úc gốc Mỹ lại phải tận dụng thời gian ăn uống để mặc cả với họ.

3.5. Các quốc gia Trung Đông

- Dân Trung Đông chủ yếu là người Ả Rập. Người Ả Rập rất hiếu khách, thấy khách đến thăm là họ bỏ dở mọi việc đang làm niềm nở tiếp đón. Khi đàm phán thương vụ họ hay nói cả các chuyện khác xen vào làm cho chủ đề bị tạm cắt đứt, bạn cần thích nghi với tập quán đó, nhẫn nại chịu đựng, tùy cơ ứng biến.

- Bàn chuyện buôn bán với họ cũng phải hẹn trước mặc dầu họ không có ý thức mạnh mẽ về thời gian, hay lỡ hẹn, nhưng bạn là khách nước ngoài vẫn nên tuân thủ giờ giấc.

- Giao thiệp với họ phải sớm giành được thiện cảm và lòng tin của họ, như vậy mới dễ bàn chuyện làm ăn buôn bán.

- Các thương gia vùng Trung Đông khi làm việc hoặc giao tiếp thường dùng trà hoặc cà phê, nhưng mồi người chỉ uống tối đa là ba tách. Uống xong họ cầm tách trong tay xoay tròn một vòng mới trao lại cho chủ nhà tỏ ý đã đủ rồi, xin cảm ơn.

- Đáng chú ý, bất kể là giao thiệp với xí nghiệp tư doanh hoặc xí nghiệp nhà nước, bạn cần dựa vào nhà đại lý làm trung gian, thiếu nhân vật Ả Rập này là rất khó làm ăn với họ.

- Do ảnh hưởng của tôn giáo và ý thức phong kiến của xã hội Ả Rập nên phụ nữ Ả Rập sẽ không lộ mặt ở nơi công cộng. Vì vậy không nên phái phụ nữ đi Trung Đông làm việc kinh doanh và trong khi trò chuyện với người Ả Rập cũng chớ nên đề cập đến vấn đề phụ nữ.

- Tháng 9 theo lịch Hồi giáo là thời gian ăn chay, các tín đồ Hồi giáo nhịn ăn ban ngày (chỉ uống nước), buổi chiều đóng cửa hàng, sau khi mặt trời lặn mới ăn uống qua loa. Bạn có đi Trung Đông làm ăn nhớ phải tôn trọng phong tục này, chớ có nói chuyện buôn bán trong thời gian đó.

- Tín đồ Hồi giáo mỗi ngày phải cầu kinh năm lần, đến giờ cầu kinh là họ bỏ tất cả mọi việc dù rất quan trọng. Khi đang đàm phán thương vụ với họ mà gặp trường hợp này xin bạn chớ có lộ vẻ khó chịu hoặc tỏ ý chê cười họ, cần thông cảm và tôn trọng tín ngưỡng của họ.

4. Giao tiếp vói sự khác biệt văn hoá

Trong giao lưu quốc tế, do sự ràng buộc của nhiều nhân tố nên cùng một vấn đề lại có nhiều cách nhìn nhận hoặc thái độ khác nhau. Hơn nữa con người vốn có lòng tự tôn nên không muốn để người khác coi thường mình. Do đó trong giao thiệp có thể xảy ra nhiều chuyện rắc rối không đáng có. Nếu trong giao lưu quốc tế, việc tinh tế nhận ra những đặc trưng văn hoá cũng như tuân thủ những nguyên tắc chung sẽ tránh được nhiều chuyện rắc rối và được đối tượng giao thiệp thông cảm, quý mến.

4.1. Những nguyên tấc chung

4.1.1. Nhập gia tùy tục

a. Thừa nhận sự khác biệt văn hóa, tư duy, loi song

- Sự khác biệt là một yếu tố hiển nhiên thuộc về nhu cầu khẳng định cái cá nhân trong bản thân mỗi con người

- Sự khác biệt đem lại cho xã hội một sự đa dạng và phong phú

- Sự khác biệt không chống lại xu hướng toàn cầu hóa, trái lại, nó làm cho quá trình toàn cầu hóa linh hoạt hơn

- Sự khác biệt thử thách" con người và "tôi luyện" con người trớ nên "người" hơn trong quá trình giao tiếp đa văn hóa

b. Tìm hiểu phong tục địa phương

- Người xưa đã nói: "Nhập gia tùy tục", đi đến nơi nào phải tôn trọng phong tục tập quán nơi đó. Tìm hiểu kỹ phong tục tập quán nơi đó là một chiến lược khôn ngoan. Tìm hiểu kỹ phong tục nơi đối tượng giao tiếp sinh sống vốn vẫn là điều kiện cần có để "tri kỷ tri bỉ", biết người biết ta. Ví dụ bạn sắp đi tham quan ở Đức, vậy bạn phải tìm hiểu kỹ mọi phong tục và tập quán của họ về ăn, ở, đi lại, nói cười và cách đối nhân xử thế. Đồng thời cũng phải biết được những điều kiêng kỵ của họ. Có như vậy thì khi tiếp xúc với các thương gia Đức bạn mới có thể dễ dàng hội nhập với họ.

- Đừng kỳ vọng bạn sẽ hiểu hoàn toàn một nền văn hóa nào đó.

- Không khái quát hóa, hay đưa ra những mẫu số chung. Ví dụ: người Mỹ thì...

- Nghiên cứu toàn bộ môi trường sắp thiết lập mối quan hệ qua sách báo, internet, đặc biệt là học hỏi nơi những người đã và đang làm việc trong môi trường văn hóa đó.

- Hãy khám phá văn hóa, đặc biệt là văn hóa giao tiếp (bất cứ quy tắc hoặc nghi thức đặc biệt nào) của đất nước, vùng, miền... nơi bạn tham gia vào và trải nghiệm để tích lũy kinh nghiệm sống.

c. Tôn trọng về điều kiện phong tục tập quản của đoi phương giao tiếp

- Trong giao tiếp đối ngoại bạn cần tôn trọng về điều kiện giao tiếp, phong tục tập quán của đối phương, nhưng không nhất thiết phải làm theo họ đủ mọi điều. Bạn cũng không nên cưỡng ép phát huy phong tục tập quán truyền thống của nước mình. Điều này không có gì sai trái với cái lễ "nhập gia tùy tục".

- Tuyệt đối không được chê bai, ca cẩm phong tục của nước ngoài.

- Khi bạn làm chủ nhà tiếp khách nước ngoài, nên theo nguyên tắc "chủ nhà chiều khách" còn khi làm khách của người nước ngoài thì bạn nên theo cái lệ "khách chiều chủ nhà". Xét về bản chất cả hai nguyên tác đó đều quán triệt tinh thần "nhập gia tùy tục".

d. Phát triển kỹ năng giao tiếp đa văn hóa

- Hãy nhận lãnh trách nhiệm "chủ động" thích nghi, học hỏi. Đừng cho rằng nhiệm vụ của người khác là phải truyền thông hay giao tiếp với bạn theo kiểu bạn mong đợi

- Không xét đoán. Hãy học cách lắng nghe toàn bộ thông điệp.

- Học cách bày tỏ sự tôn trọng những dị biệt.

- Nỗ lực đồng cảm.

- Học cách kiểm soát sự thất vọng trong những tình huống không quen thuộc.

- Kiên nhẫn khi phải đối mặt với sự bất đồng trong môi trường đa văn hóa.

- Không phân tâm và vượt qua vẻ bề ngoài của đối tượng giao tiếp.

- Linh động để sẵn sàng cho một cách thể hiện khác với thói quen để bày tỏ sự tôn trọng và giúp cho người đối diện hiểu rõ thông điệp hcm.

- Tìm kiếm và nhấn mạnh những điểm chung.

- Gia tăng độ nhạy cảm của bạn về văn hóa.

- Không đối xử với người khác theo cách mà mình muốn được đối xử mà đối xử vói người khác theo cách mà họ mong đợi.

- Xem đối tượng giao tiếp là những cá nhân riêng biệt có một số những điểm chung của nền văn hóa mà họ xuất phát.

4.1.2. Cầu đồng tồn dị, coi trọng điếm đồng, tạm gác bất đồng

- Lễ tiết và tập tục của các nước trên thế giới có khác nhau. Trong giao thiệp quốc tế, cần thông cảm chứ không bình phẩm đúng sai, hay dở đối với sự những khác biệt đó, nhất là sự khác biệt giữa nước họ với văn hoá của chúng ta.

- Cầu đồng tức là coi trọng điểm đồng, có ý nghĩa là phải tôn trọng thông lệ quốc tế, coi trọng chỗ giống nhau. Tồn dị tức tạm gác bất đồng, không được sồ toẹt mọi lễ tiết của nước ngoài, hoàn toàn không đếm xỉa đến cái "riêng" của họ, trái lại cần thông cảm và tôn trọng những cái "riêng" đó.

- Nói chung trong giao tiếp đối ngoại cần áp dụng nguyên tắc "Tôn trọng thông lệ quốc tế".

4.1.3. Tránh tự ti và huyênh hoang

a. Yêu cầu về tránh tự ti và huyênh hoang

- Khi giao tiếp với người nước ngoài, bạn cần nhận thức rằng trong con mắt của họ bạn là đại diện cho quốc gia, dân tộc và cả đơn vị mình. Vì vậy bạn cần phải chú ý đến lời ăn tiếng nói và cử chỉ của mình sao cho đàng hoàng, chững chạc.

- Trước mặt người nước ngoài không nên tự ti, hạ mình quá mức. lúc nào cũng khép nép, cúi đầu vâng dạ, cũng không được huyênh hoang, kiêu ngạo, lên mặt ta đây.

b. Làm thế nào để tránh tự ti và huyênh hoang

- Nêu cao tinh thần tự hào dân tộc và lòng tự tin cũng như ý thức tự trọng, đồng thời khiêm tốn học tập cái hay của người nước ngoài, tôn trọng phong tục tập quán của họ. Trong giao tiếp đối ngoại, chú trọng tự tôn, tự trọng, tự tin, lấy đó làm cơ sở xử thế, luôn tỏ ra đàng hoàng, đĩnh đạc, chân thành, cởi mở.

- Trong mọi cuộc tiếp xúc đối ngoại, tuyệt đối không được tự hạ mình, tự coi rẻ mình mà cũng chớ có vênh váo, cao ngạo, xem thường đối phương, không coi ai ra gì, cái gì cũng tự cho mình là giỏi, là đúng, chẳng thèm để ý đến đối phương.

- Đối với các khách thuộc nhiều nước khác nhau cần đối xử bình đẳng, tránh bên khinh bên trọng, không phân biệt nước lớn nước nhỏ, nước mạnh nước yếu, nước giàu nước nghèo, không thân thiết với người có danh vọng mà tỏ ra lạnh nhạt với kẻ bình dân.

4.1.4. về hình tượng cả nhân

a. Tầm quan trọng của hình tượng cá nhân

Hình tượng của cá nhân không thể ngẫu nhiên có được. Hình tượng của cá nhân được xây dựng dựa trên việc hiểu về chính mình và đầu tư xây dựng hình tượng bằng những kỹ thuật khác nhau.

- Hình tượng cá nhân của một con người phản ánh trình độ tu dưỡng và phẩm cách của con người đó. Đơn cử như một nam giới mặt âu phục sẩm màu thì phải gỡ bỏ nhãn hiệu trên áo và không được đi tất trắng, nếu không theo lệ đó thì sẽ làm tổn thương hình tượng cá nhân mình, người khác sẽ cảm thấy anh ta thiếu tu dưỡng và kém lịch sự.

- Hình tượng cá nhân của mỗi người đều thể hiện rõ một cách khách quan qua bộ mặt tinh thần và phong thái sinh hoạt của họ. Trong cuộc sống hàng ngày, nếu cứ để tóc dài bù xù, mặt mũi nhếch nhác, quần áo lôi thôi thì chắc hăn người xung quanh sẽ nhìn anh ta bằng một con mắt khác.

- Hình tượng cá nhân cũng thể hiện rõ qua mức độ tôn trọng người khác trong giao tiếp. Nói một cách khác, trong giao thiệp đối ngoại nếu không chú ý chăm sóc hình tượng cá nhân thì chắc bạn sẽ khó được khách nước ngoài tôn trọng mà còn bị cho là thất lễ.

- Hình tượng cá nhân của con người thể hiện một phần hình tượng của cả đơn vị người đó. Đối với giới thương nghiệp, hình tượng cá nhân là một loại nhãn hiệu hàng hóa, một thứ dịch vụ, một loại hiệu ích và cũng là một thứ tài sản vô hình của họ.

- Trong giao tiếp quốc tế, hình tượng cá nhân của con người còn là hình tượng quốc gia, dân tộc của con người đó. Bạn giao tiếp với người nước ngoài mà không chú ý chăm sóc hình tượng cá nhân thì có thể sẽ làm ảnh hưởng đến hình tượng quốc gia, dân tộc.

b. Chú ý giữ hình tượng cá nhân như thế nào

- Nghi dung trong giao tiếp quốc tế, nam giới không nên để râu, không để lông mũi, lông tai thò ra ngoài, không đế tóc quá dài, nữ không nên để đầu trọc, không cạo lông mày, không để hở lông nách, không son phấn lòe loẹt, không ăn mặc quá diêm dúa. Không nên khắc chữ, xăm hình lên cơ thể một cách thoải mái.

- Thái độ và vẻ mặt trong giao tiếp quốc tế, cần có thái độ chân thật, nhiệt tình, thoải mái, tự nhiên. Không tỏ ra kênh kiệu, lạnh lùng hoặc quá trầm lắng.

- Cử chỉ cần luôn luôn quan tâm đến mọi hành vi, cử chỉ của mình, chú ý bỏ hẳn những thói xấu như quệt mũi, móc ngoái tai, xỉa răng, nhổ râu trước mặt khách. Phải sửa tật cứ chỉ tay vào mặt người khác mà nói, ngồi vắt chân chữ ngũ, chĩa mũi chân hoặc mũi giày về phía người khác. Cần chú ý học những động tác văn hóa, tao nhã, thực hiện "đứng ngồi lịch sự, duyên dáng"

- Trang phục và cách ăn mặc của một người không những thể hiện rõ khiếu thâm mỹ mà còn phản ánh trình độ văn hóa của họ. Trong giao tiếp với người nước ngoài càng cần chú ý đến trang phục, nếu không hình tượng của bạn sẽ bị tổn thương.

- Nói năng trong chuyện trò với người nước ngoài cần tôn trọng thông lệ quốc tế, không nói to quá, chú ý dùng các từ ngữ lễ độ, lịch sự.

- Đối xử coi trọng cách cư xử văn hóa, khéo vận dụng cách đối xử thường lệ mà quan trọng nhất là thông cảm, quan tâm, tôn trọng người khác.

4.1.5. Làm việc với đong nghiệp một cách hữu nghị

a. Tôn trọng biếu tượng quốc gia

- Cần tôn trọng các biểu tượng của quốc gia như quốc kỳ, quốc ca, quốc huy. Vì vậy trong mọi trường hợp khi thấy kéo quốc kỳ, tấu quốc ca đều phải đứng nghiêm.

- Trong hoạt động thưcmg vụ không được áp đặt đối phương bằng bất kỳ hình thức nào. Không áp đặt mà cũng không gây khó dễ, nên dùng biện pháp hiệp thương, cùng bàn bạc, tạo ra bầu không khí hợp tác hòa hợp.

- Khi giao thiệp với đồng nghiệp nước ngoài, nên chú ý nghe họ nói, tránh cắt ngang hoặc phê phán, chê trách.

b. Một so thói quen làm việc đáng chú ý

- Trong tháng ăn chay, người Ả Rập có thói quen không làm việc vào buổi chiều, vậy bạn chớ có gõ cửa nhà họ vào thời gian đó.

- Người Âu - Mỹ hay nghỉ hè vào tháng 7, tháng 8, nên tránh đi ra ngoài làm việc vào thời gian này.

- Phần lớn các nước phương Tây đều nghỉ 2 tuần lễ trước và sau lề Noel, lễ phục sinh, họ rất ít bố trí làm việc trong dịp này.

- Cần chú ý người Âu - Mỹ rất coi trọng tính độc lập, tự chủ. Họ không thích can dự vào việc người khác mà cũng không thích ai đụng vào chuyện của họ. Họ cho rằng làm như vậy là coi thường năng lực của họ.

c. Không thăm dò chuyện riêng tư

- Người Âu - Mỹ rất coi trọng quyền giữ kín chuyện riêng tư, ngay cả khi họ đang đọc sách báo mà bạn đến đứng sau lưng họ cũng khó chịu chứ đừng nói đến chuyện hỏi han tiền lương, tuổi tác, gia đình. Đó là những vấn đề rất nhạy cảm không nên cố tình tìm hiểu.

- Tuyệt đối không hỏi han giá cả quần áo, đồ trang sức của phụ nữ dù những thứ đó rất quý giá.

- Cũng chớ có hỏi gian gì đồ gia dụng, xe hơi của các bạn đồng nghiệp phương Tây, cả sở thích và thu nhập của họ cũng vậy, đều là chuyện riêng tư.

d. Tôn trọng ước hẹn

- Tuân thủ thời gian đã thỏa thuận, không lỡ hẹn, đó là một thứ lễ nết cực kỳ quan trọng trong giao thiệp quốc tế.

- Muốn tránh lỡ hẹn cần áp dụng một số biện pháp phòng ngừa, ví dụ ghi rõ vào sổ tay ngày giờ, địa điểm hẹn gặp cụ thế, viết nội dung đó lên bảng treo trên tường, nhờ người phục vụ khách sạn nhắc nhở...v.v.

- Việc giao thông đi lại trong thành phố lớn dễ bị ùn tắc, cần căn cứ vào tình hình cụ thể để định thời gian đi đường cho phù hợp.

- Khi đi dự tiệc tùng, hội đàm chính thức cần đến đúng giờ. Đi xem biểu diễn ca nhạc, liên hoan văn nghệ cần đến sớm để tránh phải chờ đến giờ nghỉ giải lao mới được vào.

- Đi tiễn khách ở sân bay cần đến sớm, tính cả thời gian khách làm thủ tục hải quan và thời gian phải vào phòng chờ lên máy bay.

- Nếu làm lỡ hẹn cần xin lỗi và mong được đối phương lượng thứ bằng thái độ cầu thị.

- Nếu gặp trường hợp bất khả kháng, cần thông báo ngay cho đối phương biết và ngỏ ý xin được thứ lỗi.

- Tuy nhiên, tuân thú thời gian không có nghĩa là càng đến sớm càng tốt. Nên đến theo thời gian quy định, đến sớm quá sẽ làm phiền cho chủ nhà vì lúc đó có thể họ chưa chuẩn bị xong.

e. Tôn trọng người già và phụ nữ

- Tôn trọng người già và phụ nữ là một trong những phong tục tốt đẹp được nhiều nước thực hiện. Khi giới thiệu nhau, thường giới thiệu người trẻ với người lớn tuổi, nếu có người lớn tuổi chợt vào phòng thì người trẻ tuổi nên đứng dậy chào hỏi

- Đối với một số nhân vật lão thành, danh tiếng cần tỏ ý đặc biệt tôn trọng và quan tâm.

- Trong xã giao thông thường, tôn trọng phụ nữ là thực hiện nguyên tắc "Ưu tiên phụ nữ". Khi cùng đi, nam phải nhường bước cho nữ, cùng đi trên hè thì nam đi về phía giáp với lòng đường, khi vào cửa, nam phải chủ động mở cửa và mời nữ vào trước, khi ngồi cũng mời nữ ngồi trước. Khi gặp phụ nữ ở những nơi chật hẹp như cửa cầu thang máy. hành lang, bất kể có quen biết hay không nam đều phải nhường nữ đi trước. Chỉ khi xuống xe, lên cầu thang hoặc gặp việc khó khăn, nguy hiểm thì nam giới đi trước nữ, mở đường cho nữ, bảo vệ nữ.

- Về mặt tôn trọng người cao tuổi và phụ nữ, cũng cần chú ý: Các nước có tập quán khác nhau. Tại một số nước phương Tây, nhiều cụ già thích tự lực, không muốn bị coi là già lão, không chịu để người trẻ tuổi hơn ưu đãi, giúp đỡ.

g. Tuân thủ trật tự công cộng

- Nói to ở nơi công cộng là thiếu văn hóa, nhất là trong trường hợp cần giữ yên lặng, nghiêm túc. Phải giữ yên lặng tuyệt đối trong hội trường, khi diễn giả đang phát biểu bạn không được nói chuyện riêng hoặc đọc sách báo.

- Khi hút thuốc lá ở nơi công cộng chớ có phun khói thuốc vào mặt người khác hoặc gạt tàn thuốc lung tung. Tuy nhiên, việc hạn chế tối đa hành động hút thuốc lá nơi công cộng hoặc tuyệt đối không được hút thuốc nơi công cộng đã trở thành quy chuẩn ở một số quốc gia.

Ngoài ra, không được hút thuốc ở những nơi cấm hút thuốc như rạp hát, nhà bảo tàng, phòng họp. Khi đến nhà riêng hoặc phòng làm việc của người khác phải hỏi ý chủ nhà mới được phép hút thuốc. Trước mặt phụ nữ mà muốn hút thuốc cũng phải xin phép. Khi chủ nhà không hút thuốc mà cùng không được mời thuốc hoặc có vị khách chức vụ cao cũng ngồi mà không hút thuốc thì tốt nhất bạn nên nhịn hút thuốc.

- Khi đông người cùng đi trên một con đường, nên bảo nhau đi thành hàng dọc dăm ba người một hàng, không nên dàn hàng ngang cản trở sự đi lại của người khác. Cũng không nên chuyện trò dài ở lối đi.

- Người phương Tây quan niệm hai người thân nhau đến mấy cũng ần phải có khoảng cách, không nên cọ sát người vào nhau hoặc dùng tay sờ mó thân thể nhau.

CÂU HỎI

1. Để giao tiếp thành công khi làm việc trong môi trường đa văn hoá, chủ thể cần chú ý đến những yêu cầu nào?

2. Tại sao nói trong thế giới phang thì việc giao tiếp toàn cầu hoá là yêu cầu hết sức cơ bản.

3. Phân tích những xung đột thường gặp trong giao tiếp đa văn hoá.

4. Vì sao cần tôn trọng những khác biệt về phong tục tập quán của một nhóm trong giao tiếp đa văn hoá?

5. Tóm tắt các yêu cầu cơ bản khi giao tiếp với một nhóm hay một cá nhân khác biệt về văn hoá.

6. Làm thế nào để tạo sự thích ứng khi gặp khó khăn về ngôn ngữ (không thông thạo ngôn ngữ) trong quá trình giao tiếp?

7. Sưu tầm các tình huống giao tiếp khi có sự khác biệt về văn hoá trong quan hệ ngoại giao.

PHẦN TÓM TÁT

- Hiểu lầm là nguyên nhân chính đưa đến những mâu thuẫn giữa các nền văn hóa vì trong quá trình giao tiếp luôn có sự khác nhau giữa nền văn hóa này và nền văn hóa khác. Khi đề cập đến các khác biệt văn hoá trong giao tiếp cần phải phân tích: bối cảnh giao tiếp - toàn cầu hóa ngày nay; vai trò của giao tiếp trong môi trường toàn cầu; văn hóa và các dị biệt văn hóa (khác biệt trong văn hóa giao tiếp, không thông hiểu ngôn ngữ, quan điểm khác nhau về cấp bậc và quyền hạn, tiêu chuẩn khác biệt trong quá trình ra quyết định).

- Trong lịch sử của các nước Châu Á đã có mối quan hệ chặt chẽ, giao lưu nhộn nhịp và ảnh hưởng lẫn nhau khá lớn. Bên cạnh những đặc trưng riêng của mồi quốc gia thì phong tục

và lễ tiết của nhiều nước Châu Á đều có nhiều điểm gần gũi nhau. Có thể kể đến văn hóa giao tiếp của một số quốc gia tiêu biểu ở Châu Á như: Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Malaysia... Phong tục tập quán và văn hoá giao tiếp của các nước Âu - Mỹ và một số nước khác như: Đức, Italia , Mỹ, úc và các quốc gia Trung Đông cũng có những nét rất riêng cần lưu ý. Tựu chung lại, khi tìm hiểu về văn hóa giao tiếp của mồi quốc gia cần lưu ý đến: tín ngưỡng và tôn giáo; lễ hội; ẩm thực; văn hóa giao tiếp trong cuộc sống hằng ngày, trong kinh doanh và một số điều kiêng kỵ... ở từng quốc gia.

- Để mang lại hiệu quả trong quá trình giao tiếp với sự khác biệt văn hoá bên cạnh việc tinh tế nhận ra những đặc trưng văn hoá, cần lưu ý một số nguyên tắc chung như: nhập gia tùy tục; cầu đồng tồn dị, coi trọng điểm đồng, tạm gác bất đồng; tránh tự ti và huyênh hoang; chú trọng đến hình tượng cá nhân; làm việc với đồng nghiệp một cách hữu nghị. Phong tục tập quán và văn hoá giao tiếp ở mồi quốc gia là cơ sở rât quan trọng đế việc giao tiếp xuyên văn hoá hay giao tiếp trong môi trường đa văn hoá trở nên hiệu quả hơn.

CHƯƠNG 8 KỸ NĂNG GIAO TIẾP TRONG HÀNH TRÌNH TÌM VIỆC

Có thể nói quá trình tìm việc là quá trình phức tạp. Đây cũng được xem là một trong những thao tác đơn giản nhất mà mỗi ứng viên cần thể hiện mình ngay khi vừa tốt nghiệp hay muốn tạo cho mình một cơ hội. Quá trình tìm việc đòi hỏi mỗi cá nhân phải có những kỹ năng khác nhau, nhưng kỹ năng thực hiện một hồ sơ xin việc ấn tượng cũng như kỹ năng tham gia cuộc phỏng vấn tuyển dụng hay phỏng vấn để thử việc là một trong những kỹ năng cơ bản nhất.

1. Kỹ năng chuẩn bị hồ sơ tìm việc

Nhu cầu việc làm là một nhu cầu căn bản của tất cả mọi người trưởng thành. Thông qua công việc, con người ta được học hỏi, được rèn luyện và không ngừng lớn lên. Tuy vậy, trong thời đại ngày nay, dù số lượng công việc ngày càng nhiều, nhưng sự gia tăng dân số và sự chuyển dịch cơ cấu lao động làm cho tính cạnh tranh trong công việc ngày càng cao. Tìm được một việc làm phù hợp hoàn toàn không dễ dàng. Việc chuẩn bị hồ sơ tìm việc đóng một vai trò quan trọng. Chuẩn bị được một hồ sơ tìm việc ấn tượng tức là bạn đã có được một tỷ lệ thành công nhất định khi phỏng vấn tuyển dụng hay tìm việc.

1.1. Viết một bản lý lịch đẹp

Bản lý lịch (CV) là một bản mô tả súc tích quá trình học tập và kinh nghiệm làm việc của bạn (đảm bảo phải chuyên tải được những phẩm chất và khả năng cá nhân đáp ứng được yêu cầu của một công việc cụ thể). Đây là phương tiện cơ bản nhất để có được một cuộc phỏng vấn.

- Giải thích rõ ràng các mục tiêu nghề nghiệp

- Kỹ năng, kiến thức có được từ học tập cũng như những kinh nghiệm làm việc từ trước đó.

Thư tìm việc

- Tự giới thiệu bản thân, kinh nghiệm làm việc và quan tâm của bạn về vị trí công việc đang xin; nhắc lại điểm mạnh muốn làm nổi bật.

- Thư tìm việc nên dài một trang với các thông tin được sắp xếp thành ba đến năm đoạn văn; lướt qua một số các chi tiết như làm thế nào bạn biết có công việc; năng lực, trình độ học vấn và chuyên môn của bạn phù hợp như thế nào đối với công việc đang tìm cũng như đối với yêu cầu của công ty (ngành học, kinh nghiệm làm việc liên quan, mục tiêu nghề nghiệp tương lai), mong muốn được tham gia phỏng vấn của bạn.

- Có thể kết thúc thư bằng cách nói bạn sẽ gọi lại sau khi gửi từ 1 đến 2 tuần để theo dõi tiếp (nhớ giữ lời hứa).

- Gửi thư trên bản lý lịch, không đính ghim hoặc kẹp bản lý lịch vào thư.

Lưu ý: Thư tìm việc phải đảm bảo các yêu cầu

- Truyền đạt được những quan tâm và thái độ nhiệt tình đối với nghề nghiệp tương lai.

- Nói rõ lý do viết thư.

- Nhắc tới những điểm liên quan (Kỹ năng phù hợp công việc).

- Nêu bật những kinh nghiệm có liên quan và phù hợp.

- Nói đến những đóng góp và thành quả quan trọng nhất đã đạt được trước đây.

- Súc tích, đi thẳng vào vấn đề.

- Không bị lỗi chính tả và cấu trúc ngữ pháp.

VÍ DỤ

Mẫu lý lịch 1: Kiểu truyền thống

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc Lâp – Tự Do – Hạnh Phúc

SƠ YẾU LÝ LỊCH

PHẦN I: LỊCH SỬ BẢN THÂN

1. Họ và tên:

2. Nam, nữ

3. Ngày, tháng, năm sinh:

4. Thường trú:

5. Nơi ở hiện nay:

6. Dân tộc:

Tôn giáo:

7. Trình độ văn hóa:

Ngoại ngữ:

8. Ngày vào Đoàn TNCS Hồ Chí Minh:

Tại:

9. Ngày vào Đảng cộng sản Việt Nam:

10. Quá trình bản thân (tóm tắt từ lúc 12 tuổi đến nay, làm gì? Ở đâu?)

PHẦN II: QUAN HỆ GIA ĐÌNH

11. Họ tên cha:

Sinh năm:

Nghề nghiệp (chức vụ và cấp bậc) trước và sau 30 - 4 - 1975:...

Chỗ ở hiện nay:

12. Họ tên mẹ:

Sinh năm:

Nghề nghiệp (chức vụ và cấp bậc) trước và sau 30 - 4 - 1975:

Chỗ ở hiện nay:

13. Họ tên vợ (hoặc chồng)

Sinh năm:

Nghề nghiệp (chức vụ và cấp bậc) trước và sau 30-4-1975:

Chỗ ở hiện nay:

14. Họ tên các con: tuổi, làm gì? Ở đâu?

15. Họ tên anh, chị, em một: tuổi, làm gì? Ở đâu?

Ngày tháng năm

Người làm đơn

XÁC NHẬN CỦA CHÍNH QUYỀN ĐỊA PHƯƠNG

Mẩu lý lịch 2: Kiểu trình tự thòi gian

Họ tên:

Địa chỉ:

Số điện thoại:

Email:

HỌC VẤN

Đại học kinh tế chuyên ngành Quản trị marketing

KINH NGHIỆM LÀM VIỆC

Các công ty nghiên cứu thị trường ProMind, IndoChina, Research, Cimigo,..

Phỏng vấn viên

Tiếp xúc các đối tượng khách hàng khác nhau, phỏng vấn và thu thập dữ liệu sơ cấp theo yêu cầu của dự án.

Công ty máy nông nghiệp HAN-A Hàn Quốc

Nhân viên hỗ trợ kỹ thuật vận hành

Lập danh sách các khách hàng tiềm năng gửi về tổng công ty tại Hàn Quốc; tiếp xúc, tìm hiểu nhu cầu và khó khăn của khách hàng, hỗ trợ về mặt vận hành và chịu trách nhiệm báo cáo yêu cầu về bảo hành của khách hàng đến bộ phận kỹ thuật của công ty.

Công ty FPT telecom chi nhánh cần Thơ

Cộng tác viên phát triển thị trường

Phát triển thị trường các sản phẩm viễn thông, lập kế hoạch phát triển thị trường đối với từng cụm khách hàng chi tiết.

Cơ sở than tổ ong Cửu Long

Nhân viên kinh doanh

Lập kế hoạch bán hàng, lập kể hoạch marketing cho sản phẩm than tổ ong.

KỸ NĂNG

Sử dụng thành thạo tin học văn phòng, internet và phần mềm chuyên phân tích dữ liệu SPSS; tiếng Anh khá.

NGƯỜI GIỚI THIỆU

Sẽ có theo yêu cầu.

Mẫu lý lịch 3: Kiểu kỹ năng

Họ tên:

Địa chỉ:

Số điện thoại:

Email:

MỤC TIÊU

Tìm vị trí nhân viên Marketing

HỌC VẤN

Đại học kinh tế chuyên ngành Quản trị marketing

TÓM TẮT CÁC KHẢ NĂNG

KINH NGHIỆM LÀM VIỆC KỸ NĂNG

NGƯỜI GIỚI THIỆU

Sẽ có theo yêu cầu.

8.1.2. Những điều cần lưu ý khi chuẩn bị và sấp xếp hồ sơ tìm việc

- Tất cả các loại hồ sơ, giấy tờ phải rõ ràng, sạch sẽ, tránh bị nhăn nhúm và dính bẩn. Đối với các loại hồ sơ phải in, nên sử dụng loại giấy trắng và tốt, không nên dùng giấy màu, giấy có chất lượng kém.

- Sắp xếp các loại tài liệu một cách logic, hợp lý. Thông thường, một bộ hồ sơ tìm việc sẽ bắt đầu bằng thư tìm việc, sau đó là sơ yểu lý lịch, các giấy tờ tuỳ thân và các loại bằng cấp. Nên sử dụng ghim hoặc kẹp giấy để kẹp các tài liệu với nhau.

- Có một túi đựng hồ sơ để đựng tất cả các loại tài liệu. Cần lưu ý là không nên sử dụng loại bìa quá màu mè, loè loẹt mà nên sử dụng loại bìa đơn giản. Ngoài bìa hồ sơ cần ghi rõ nhưng thông tin cá nhân như: họ tên, giới tính, ngày sinh, địa chỉ liên lạc và liệt kê đầy đủ, theo đúng trình tự những loại tài liệu có trong hồ sơ trên bìa hồ sơ.

Ngày nay, bên cạnh việc làm hồ sơ tìm việc bằng giấy thì người ta còn ứng dụng công nghệ thông tin để làm hồ sơ trên mạng internet. Cách làm này sẽ giúp cho người đi tìm việc giảm bớt được công sức và thời gian đi lại. Mặc dù vậy, cho dù là làm hồ sơ tìm việc theo kiếu truyền thống hay làm hồ sơ trên mạng thì cũng đòi hỏi phải tuân thủ một số nguyên tắc cơ bản khi viết đơn tìm việc và sơ yếu lý lịch đế có thế gây ấn tượng tốt cho nhà tuyển dụng.

2. Kỹ năng trả lòi phỏng vấn tìm việc

Dễ dàng nhận thấy rằng việc có cơ hội tham gia phỏng vấn tìm việc nghĩa là ứng viên đã đạt được một tỉ lệ đáng kể trong việc thể hiện mình trước nhà tuyển dụng. Nếu giả định bước “xem xét hồ sơ” là một “cửa ải” thì ứng viên đã vượt qua được cửa ải ban đầu ấy. Nhiều ứng viên tỏ vẻ chủ quan rằng nếu được phỏng vấn nghĩa là cơ hội đã thực sự đến - đó có thể là suy nghĩ cảm tính. Cũng không ít ứng viên lại rất “phòng thủ” theo kiểu là được phỏng vấn chứ chắc gì cơ hội đến với mình - đây cũng là lối tư duy tiêu cực. cần thống nhất một cách sâu sắc về mục tiêu của việc trả lời phỏng vấn là thể hiện mình một cách tối đa. Có thế nhà tuyển dụng chưa thực sự yêu thích mình hay chấp nhận mình nhưng nếu có cơ hội thể hiện hình ảnh của mình một cách sâu sắc thì tại sao chúng ta lại bỏ qua nó?

Để có thể thực hiện cuộc trả lời phỏng vấn thuần thục như một kỹ năng, cần thực hiện một cách khoa học những thao tác sau: chuẩn bị sự trả lời, đảm bảo những lưu ý khi trả lời phỏng vấn và tuân thủ một số kỹ thuật trả lời các câu hỏi hóc búa.

2.1. Các bước chuẩn bị phỏng vấn

Người phỏng vấn tuyển dụng không chỉ muốn nghe người được phỏng vấn trả lời mà còn muốn nhìn thấy người được phỏng vấn trả lời. Nói khác đi, nhà tuyển dụng muốn bạn bộc lộ và thế hiện mình một cách chân thực và hết mình. Điều cần thể hiện trước nhà phỏng vấn không chỉ là lời nói hay sự phản ứng. Sự sâu sắc bên trong hay đằng sau những lời nói, hành vi và cử chỉ của bạn chính là khả năng tiềm ẩn và những phẩm chất của bạn. Vì thế nếu chuẩn bị cho cuộc phỏng vấn một cách đầy đủ và chu đáo thì cơ hội thuộc về bạn là khá cao.

Để chuẩn bị chu đáo cho cuộc phỏng vấn, cần quan tâm đến những yêu cầu sau: chuẩn bị về hồ sơ, chuẩn bị về ăn mặc, chuẩn bị về thời gian, chuẩn bị những kiến thức và kỹ năng cần thiết

- Chuẩn bị về hồ sơ

Thực tế cho thấy quy trình tuyển dụng ở mỗi công ty hay mồi tập đoàn là khác nhau. Có những yều cầu theo từng bước được thực hiện một cách nghiêm ngặt: nộp hồ sơ tuyển dụng, xem xét hồ sơ, phỏng vấn theo từng cấp... Thế nhưng cũng có thế hiểu rằng hồ sơ của bạn là một yêu cầu quan trọng để cơ hội phỏng vấn có đến được hay không nên việc chuẩn bị hồ sơ ban đầu là thực sự quan trọng.

Để hồ sơ ứng viên gây hiệu ứng thì cần chú ý đến tính trang trọng và sự gây ấn tượng của hồ sơ. Ngoài những yêu cầu về kỹ năng chuẩn bị hồ sơ xin việc thì cần quan tâm thêm đến những yếu tố như: đảm bảo hồ sơ sạch sẽ, tươm tất, không bị nhàu nát, biết thể hiện thông tin cá nhân gây hiệu ứng lưu luyến ở bìa hồ sơ hoặc khi gửi hồ sơ,... Thậm chí với những trường hợp mà việc yêu cầu nộp hồ sơ ban đầu chỉ là bước thủ tục và buối phỏng vấn cần có hồ sơ chi tiết mane tính mô tả kinh nghiệm thì bạn cần chuẩn bị yêu cầu đó sao cho thực sự chu đáo và kỹ lưỡng.

- Chuẩn bị về ngoại hình

Như đã xác lập, kênh nhìn trong buổi phỏng vấn là cực kỳ quan trọng nên không thể cẩu thả hay lơ là trong việc chuẩn bị ngoại hình cho chính mình. Ngoại hình gây một hiệu ứng khá cơ bản đối với người phỏng vấn tuyển dụng đặc biệt đối với các công việc hay các vị trí cần gây thiện cảm hay thu hút đối tác bằng yếu tố ngoại hình và diện mạo.

Để ngoại hình gây điểm, ứng viên cần chú ý đến việc chọn trang phục phỏng vấn sao cho phù hợp với độ tuổi và vị trí mình đang mong muốn. Lẽ đương nhiên, trang phục áo dài, váy dài sẽ phù hợp với những vị trí văn phòng, trang phục quần âu áo sơ mi sẽ phù hợp với những còng việc năng động. Hạn chế tối đa việc sử dụng quần jean, quần lửng, y trang phục giống như tham dự buổi picnic hoặc tham gia hoạt động ẻ thao hay thậm chí là đi phố để xuất hiện trong buổi phỏng vấn.

Mặt khác, ứng viên cần chú ý đến diện mạo của khuôn mặt mà nhiều nhất là ánh mắt và nụ cười. Một khuôn mặt tươi sáng khi ứng viên phải tự cân bằng tâm lý, một ánh mắt sáng gây hiệu ứng tương tác, một nụ cười xã giao sẽ dễ gây hiệu ứng tích cực... Đối với phái nam, liên quan đến khuôn mặt cũng cần chuẩn bị mái tóc gọn gàng, vừa phải. Đối với phái nữ thì bên cạnh những yêu cầu ấy cần phải chú ý đến việc trang điểm sao cho thật sự nhẹ nhàng, bắt mắt nhưng duyên dáng và không được quá lòe loẹt, cầu kỳ.

Bên cạnh đó, với những nhà tuyển dụng nghiêm khắc hoặc sâu sắc, có những điểm rất nhỏ cũng dễ gây hiệu ứng tiêu cực hoặc tích cực nếu bạn không thực sự quan tâm đến nó. Việc bạn không cắt gọn móng tay, sơn móng tay đỏ chói, đeo các loại trang sức quá khổ,... có thể làm cho nhà tuyển dụng hay chuyên gia phỏng vấn mất thiện cảm trong lần gặp đầu tiên và cuộc phỏng vấn sẽ khó có hiệu quả.

- Chuẩn bị về thời gian:

Việc được hẹn giờ phỏng vấn sẽ làm cho cuộc phỏng vấn diễn ra một cách khoa học nhưng cũng đừng vì yếu tố thời gian chết ấy để bạn có thể mắc một số sai lầm không đáng có. Nhà tuyển dụng cần những người nhân viên hay những người làm việc chuyên nghiệp mà yêu cầu về thời gian là yêu cầu cơ bản. Mặt khác, chính việc bạn đến sớm một chút sẽ làm cho người phỏng vấn cảm thấy bạn thực sự yêu thích công việc này hay mong chờ nó. Bên cạnh đó, chính bạn cũng có thể "hồi cố" lại những thông tin cần chuẩn bị hoặc bạn có thể tích lũy thêm một số kinh nghiệm của người phỏng vấn trước bạn hoặc là bạn có thời gian để trấn an tâm lý. Cũng cần chú ý một điều hết sức cơ bản đó là việc bạn cân nhắc về thời gian sẽ tránh những sự cố như: kẹt xe, hư xe hay thậm chí là những biến cố khác có liên quan...

- Chuẩn bị những kiến thức và kỹ năng cần thiết

Nên nhận ra rằng cuộc phỏng vấn bao giờ cũng có phần mềm và phần cứng. Phần mềm là những tình huống khó có thể dự đoán hoặc những câu hỏi cảm xúc hay những câu hỏi diễn tiến theo tình huống, nhưng phần cứng là những gì chúng ta có thể chuẩn bị được. Phần này liên quan chặt chẽ đến những kiến thức và kỹ năng cần có.

Để thực hiện sự chuẩn bị này cần ôn tập một số kiến thức có liên quan: mô tả về công việc đang muốn chiếm lĩnh, hiểu biết về công ty - doanh nghiệp, hiểu biết về thị trường lao động, về yêu cầu xã hội đối với công việc... Bên cạnh đó, đối với một số vị trí cần thể hiện kỹ năng ngay trong buổi phòng vấn như tiếp tân, nhân viên tổng đài, thư ký - điện thoại viên, chuyên viên chăm sóc khách hàng, trình dược viên... thì những thao tác rất nhỏ liên quan đến kỹ năng cũng là yếu tố mà nhà tuyển dụng đánh giá ngay lập tức. Như thế, việc cầm ly nước

để uống, nghe điện thoại lúc phỏng vấn hoặc được sự nhờ cậy của người phỏng vấn để thực hiện thao tác này, thao tác khác là lúc bạn cũng đang được đánh giá về kỹ năng rồi đấy.

- Chuẩn bị về tâm lý

Một ứng viên thật sự bình tĩnh là ứng viên có thể chinh phục được nhà tuyển dụng hoặc người phỏng vấn. Muốn gây hiệu ứng tích cực, chỉ khi có một sức mạnh tâm lý để "ép" nhà tuyển dụng nhận ra rằng: tôi thực sự là người xứng đáng, anh chị nên chọn tôi... Điều đó chỉ xảy ra khi ứng viên cần tuân thủ một số yêu cầu chuẩn bị: chuẩn bị thật kỳ về yêu cầu xã giao, chuẩn bị mục tiêu cuộc phỏng vấn là thể hiện hết mình, chuẩn bị các cách thức bộc lộ cá nhân. Nền tảng của sự chuẩn bị tâm lý ở đây là: tuyệt đối bình tĩnh, nhẹ nhàng thể hiện, trấn an bản thân, khẳng định với chính mình đây chỉ là cuộc thử sức...

2.2. Những điều cần lưu ỷ khi trả lời phỏng vấn

Có thể nói việc trả lời phỏng vấn là một cuộc "đấu sức" để thể hiện mình một cách khéo léo nhất. Lẽ đương nhiên, cuộc đấu sức này không nên được dịch ra theo hướng làm căng thẳng mọi chuyện hay mọi thứ. Để có thể có cuộc phỏng vấn tốt, cần đảm bảo tuân thủ một số lưu ý cơ bản như sau:

- Thích ứng với từng kiểu phỏng vấn

Tùy theo từng kiểu phỏng vấn để ứng viên có thể bắt nhịp sao cho thật hiệu quả. Với kiểu phỏng vấn tự do thì ứng viên có thể bộc lộ như một cuộc trao đổi, với kiểu phỏng vấn nhóm thì bình tĩnh lắng nghe từng câu hỏi để trả lời và tránh nói những câu như tôi đã trả lời trước đó ròi, với kiểu phỏng vấn căng thẳng hay gây sức ép thì cứ nhẹ nhàng và bình tĩnh để thoát thế găng, với kiểu phỏng vấn tình huống thì cần nắm chắc mấu chốt của tình huống để xử lý...

- Luôn tỏ ra chủ động thay vì bị động

Điều này thực sự không dễ dàng và thực sự cần cẩn trọng vì nếu không ứng viên lại dễ bị đánh giá là chơi trội hoặc lấn lướt. Sự chủ động thể hiện trên bình diện là không để mình như cái máy trả lời - hỏi với kiểu phản xạ lặp lại. Thay vì cứ đợi người phỏng vấn hỏi những câu quen thuộc và theo trình tự, sao chính chúng ta không tự giới thiệu. Những thông tin giới thiệu về cá nhân, kinh nghiệm, mong muốn điều kiện làm việc là những thông tin sẽ rất hiệu quả nếu chính người được phỏng vấn chủ động trình bày khi phỏng vấn.

- Hãy thẳng thắn nhưng tế nhị:

Một điều cũng rất quan trọng là thái độ trả lời phỏng vấn của ứng viên cần phải thẳng thắn. Đừng cố tình nói vòng vo hay khoe mẽ kiến thức hoặc kinh nghiệm và cả sự hiểu biết của mình.

Khi trả lời, sự thẳng thắn thể hiện ở thái độ nhìn thẳng và giao tiếp bằng mắt với người phỏng vấn, trả lời tập trung vào câu hỏi và nói thẳng vào vấn đề. Với một số câu hỏi khó hay một số câu hỏi mà mình chưa thực sự đủ khả năng hay tự tin trả lời thì đừng cố tỏ ra mình là người am tường hay hiểu biết vì mọi thứ có nguy cơ bị lung tung và rối rắm hơn bao giờ hết...

Lẽ đương nhiên, với những câu hỏi cần có sự tế nhị thì một điểm nhấn của sự duyên dáng hay sự sâu sắc sẽ làm cho ứng viên nâng cao hình ảnh và vị thế của mình.

- Mạnh dạn khẳng định trong khả năng

Có một sự thật là nền văn hóa khác nhau sẽ dẫn đến những mong đợi khác nhau trong quá trình phỏng vấn. Tuy vậy, theo sự phát triển của thời cuộc thì người phỏng vấn đúng nghĩa sẽ không quá sốc nếu ứng viên khẳng định mình một cách tinh tế.

Sự mạnh dạn này thể hiện trong việc khẳng định chắc nịch những gì mình có thể, mạnh mẽ và tự tin đề đạt hay nói lên thế mạnh của mình, thế hiện sự chắc chắn về những thông tin mà mình đang làm chủ...

Sự mạnh dạn này còn thể hiện ở thái độ có thể từ chối một vài câu hỏi mà mình cảm thấy mình không cần thiết phải trả lời hay thực sự chưa muốn trả lời: những câu hỏi về đời sống riêng tư, chuyện tình cảm... Lẽ đương nhiên, thái độ từ chối khéo léo nhưng rõ ràng trong cái nhìn tôn trọng lại là yêu cầu rất căn bản và thách thức.

- Không chỉ trả lời phỏng vấn mà phải là thuyết phục

Đừng quá xem thường cuộc phỏng vấn vì thực chất của cuộc phỏng vấn này chính là sự thuyết phục cho thông điệp: Please vote me - Hãy chọn tôi. Nếu bạn thực sự tinh tế và sâu sắc, bạn sẽ biến cuộc phỏng vấn thành một cuộc trao đổi - thương lượng và thuyết phục. Hãy chinh phục người phỏng vấn bằng những gì bạn có, khéo léo tác động đến nhận thức và trái tim của họ bằng những kỹ thuật khác nhau, sự thành công sẽ đến bất ngờ.

- Hãy kết hợp việc trả lời và cách sử dụng các cử chỉ điệu bộ:

Bạn cần nhớ rằng người phỏng vấn không chỉ muốn nghe mà còn muốn nhìn như đã phân tích nên, nếu bạn không chú ý đến cách tác động bằng cử chỉ điệu bộ nghĩa là bạn đã bỏ sót hơn 50% yếu tố gây hiệu ứng. Một ánh mắt trực diện mang tính chất thông minh và đối đáp, một nụ cười tươi tắn gây thiện cảm, tư thế ngồi rất thẳng thắn và thanh lịch, những cử chỉ tay dứt khoát... sẽ làm cho bạn trở nên chuyên nghiệp hơn trong quá trình phỏng vấn là thế. Nguyên tắc cơ bản cần tuân thủ đó là hãy để ngôn ngữ cừ chỉ cùng nói tốt hơn lời nói, nói mạnh hơn lời nói chứ đừng để chúng “chỏi” nhau hay “lên án” nhau trong quá trình trả lời phỏng vấn là cơ hội thành công đã được gia tăng đáng kể.

2.3. Một số thủ thuật trả lời những câu hỏi hóc búa

Có thể nhận ra rằng trong cuộc phỏng vấn bao giờ cũng tồn tại những câu hỏi hóc búa. Đó là những câu trả lời mà chắc chắn chính bạn cũng cảm nhận được sự khó khăn và phức tạp khi phải trả lời chúng Chính bạn không mong muốn nhưng nó lại đến một cách bất ngờ và đầy thách thức. Để có thể vượt qua những câu hỏi này, chắc chắn những thi thuật sau sẽ có the cần thiết với bạn trong cuộc trả lời phỏng vấn.

Nếu người phỏng vấn hỏi về điểm yếu của bạn, bạn sẽ cảm nhận được sự thách thức ngay lập tức. Tuy nhiên, cần đánh giá về mình một cách rất nghiêm túc cho nên không cần phải quá căng thẳng. Bạn có thể thẳng thắn nhận định về một vài điểm yếu của mình và khẳng định rằng bạn đang có kế hoạch sẽ khắc phục chúng. Điều này không làm cho người phỏng vấn chán nản mà có thể ngược lại, họ rất tôn trọng bạn vì bạn là người tự trọng.

Nếu người phỏng vấn hỏi về lý do bạn muốn làm việc ở vị trí này, công ty này thì đây cũng có thê là một câu hỏi khó dù là quen thuộc. Hãy bắt đầu từ việc thể hiện bạn đang muốn có một cơ hội, đang muốn chinh phục một thử thách mới, đang muốn tìm cho mình một công việc là bạn đã thoát được thế bí khi phỏng vấn.

Nếu bạn được đề nghị phải đi công tác xa mà bạn chưa sẵn sàng thì bạn cũng có thể mạnh dạn đề đạt. Trong nguyện vọng của mình, tôi rất muốn đóng góp cho công ty - tổ chức và tôi nghĩ làm việc tốt sẽ là đóng góp. Nếu sẵn sàng đi xa, hãy nhanh chóng nói một cách mạnh mẽ, nhưng nếu chưa sẵn sàng, hãy nhẹ nhàng bảo rằng tôi hạn chế về khả năng đi xa trong thời gian này nhưng tôi nghĩ sẽ đóng góp sức mình tối đa ở những cơ hội khác.

Với những câu hỏi thuộc về sự riêng tư, bạn có thể không trả lời. Tuy nhiên, hãy kèm theo một nụ cười thật tươi và lời xin lỗi ngọt ngào được bọc đường. Hãy mạnh dạn nói rằng bạn xin phép không trả lời câu hỏi này và bạn nghĩ rằng việc ấy không ảnh hưởng nhiều đến công việc bạn muốn tham gia. Nếu người phỏng vấn vẫn muốn lặp lại câu hỏi, bạn có thể bình tĩnh và xin phép được trả lời câu hỏi khác một cách tinh tế.

Nếu với kiểu câu hỏi, bạn muốn mức lương là bao nhiêu thì bạn đừng vội vã lúng túng. Hãy đánh giá giá trị thực của mình trong mối tương quan với mặt bằng chung, trong sự mong đợi và thăng thắn bày tỏ. Lẽ đương nhiên, bạn phải “trừ hao” một ít vì thực sự không thể có chuyện bạn đề đạt mức lương có nghĩa là bạn nhận được khoản phí tương ứng.

Với kiểu câu hỏi là sẽ nói gì trước khi chia tay, bạn hãy mạnh dạn nói lên cảm xúc và sự mong đợi của mình. Lời cảm ơn là đã cho mình một cơ hội, đã trao đổi và chia sẻ những kinh nghiệm quý,... là cần thiết. Song song đó, hãy mạnh dạn bộc lộ mong muốn là sẽ có cơ hội được tuyển dụng và được gặp lại người phỏng vấn là cách trả lời an toàn nhưng có điểm đến.

Tóm lại, phỏng vấn là cuộc trao đổi hai chiều. Đó không phải là một cuộc chiến nhưng đó chính là một cuộc chinh phục, ứng viên chỉ chinh phục được người phỏng vấn nếu thực sự ứng viên có nội lực. Tuy vậy, chỉ với nội lực nhưng cách thể hiện hạn chế thì cũng rất khó để thành công. Việc thể hiện mình trong cuộc phỏng vấn sẽ thực sự hiệu quả nếu những "thanh công cụ" trên đây được vận dụng một cách tinh tế và đầy màu sắc.

CÂU HỎI

1. Viết thư xin việc (bằng tiếng Việt và tiếng Anh) vào một cơ quan mà bạn có nguyện vọng được công tác tại đó sau khi tốt nghiệp Đại học.

2. Viết một bản lý lịch - cv (bằng tiếng Việt và tiếng Anh) mô tả xúc tích quá trình học tập và kinh nghiệm làm việc của bạn.

3. Chuẩn bị một bài giới thiệu về bản thân để có thể gây ấn tượng trong buổi phỏng vấn xin việc.

4. Sưu tầm những tình huống khó khăn thường gặp trong phỏng vấn xin việc và cách thức ứng xử của bạn với những tình huống ấy.

5. Phân tích một số tình huống dẫn đến sự thành công hay thất bại trong việc nộp hồ sơ và phỏng vấn xin việc.

6. Theo bạn đâu là những câu hỏi hóc búa khi phỏng vấn? Làm sao để thành công khi trả lời các câu hỏi này?

7. Vì sao nói phỏng vấn xin việc vẫn nên là cuộc trao đối hai chiều?

PHẦN TÓM TẮT

- Quá trình tìm việc đòi hỏi mồi cá nhân phải có những kỹ năng khác nhau. Kỹ năng thực hiện một hồ sơ xin việc ấn tượng cũng như kỹ năng tham gia cuộc phỏng vấn tuyển dụng hay phỏng vấn đề thử việc là một trong những kỹ năng căn bản nhất.

- Tìm được một việc làm phù hợp là việc không dễ dàng. Chuẩn bị hồ sơ tìm việc đóng một vai trò quan trọng. Bản lý lịch (CV) là một bản mô tả súc tích quá trình học tập và kinh nghiệm làm việc của bạn. Đây là phương tiện cơ bản nhất để có được một cuộc phỏng vấn. Thư tìm việc là văn bản nhằm tự giới thiệu bản thân, kinh nghiệm làm việc và quan tâm của bạn về vị trí công việc đang xin; nhắc lại điểm mạnh muốn làm noi bật. Khi chuẩn bị hồ sơ xin việc cần lưu ý đến cả nội dung, hình thức trình bày và sắp xếp các loại giấy tờ sao cho khoa học, hợp lý.

- Để có thể thực hiện cuộc trả lời phỏng vấn thuần thục như một kỹ năng, cần thực hiện một cách khoa học những thao tác sau: (1) chuẩn bị chu đáo cho cuộc phỏng vấn, cần quan tâm đến những yêu cầu như: chuấn bị về hồ sơ, chuẩn bị về ăn mặc, chuẩn bị tâm lý, chuẩn

bị về thời gian, chuẩn bị những kiến thức và kỹ năng cần thiết. (2) Một số lưu ý khi trả lời phỏng vấn: thích ứng với từng kiểu phỏng vấn; luôn tò ra chủ động thay vì bị động; thẳng thắn nhưng tế nhị; mạnh dạn khăng định trong khả năng; không chỉ trả lời phỏng vấn mà phải là thuyết phục; kết hợp việc trả lời và cách sử dụng các cử chỉ điệu bộ. (3) Chuẩn bị một số thủ thuật trả lời những câu hỏi hóc búa như về điểm yếu, sự riêng tư... Tóm lại, phỏng vấn là cuộc trao đổi hai chiều, ứng viên chỉ chinh phục được người phỏng vấn nếu thực sự có nội lực. Tuy vậy, chỉ với nội lực nhưng cách thể hiện hạn chế thì cũng rất khó để thành công. Việc thể hiện mình trong cuộc phỏng vấn sẽ thực sự hiệu quả nếu những “thanh công cụ” trên được vận dụng một cách tinh tế và đầy màu sắc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TIẾNG VIỆT

1. Hoàng Anh, Đỗ Thị Châu, Nguyễn Thạc, Hoạt động - Giao tiếp - Nhân cách, NXB Đại học Su phạm, Hà Nội, 2007.

2. Hoàng Anh (chủ biên), Tâm lý học giao tiếp, NXB Đại học Sư phạm, Hà Nội, 2004.

3. Thái Trí Dũng, Kỹ năng giao tiếp và thưcmg lượng trong kỉnh doanh, NXB Thống kê, 2003.

4. Vũ Dũng, Từ điển Tâm lý học, NXB Từ điển Bách khoa, 2008.

5. Nguyễn Văn Đồng, Tâm lý học giao tiếp, NXB Chính trị - Hành chính, 2010.

6. Chu Văn Đức, Giảo trình kỹ năng giao tiếp, NXB Hà Nội, 2005.

7. Trần Hiệp, Tâm lý học xã hội - Những vấn đề lý luận, NXB Khoa học xã hội Hà Nội, 1996.

8. Mai Hữu Khuê, Đồ Hữụ Tài, Bùi Quang Xuân, Giao tiếp và đàm phán, NXB Tổng hợp Đồng Nai, 2002.

9. Nguyễn Ngọc Lâm, Khoa học giao tiếp, Ban xuất bản Đại học Mở Tp HCM, 1998.

10. Nguyễn Văn Lê, Song đẹp trong các quan hệ xã hội, NXB Trẻ, 1995.

11. B.Ph.Lomov, Những vấn đề lý luận và phương pháp luận Tâm lý học, NXB Đại học QGHN, 2000.

12. Trần Tuấn Lộ, Tâm lý học giao tiếp, Đại học Mở Tp HCM, 1993.

13. Nguyễn Bá Minh, Nhập môn khoa học giao tiếp, NXB Đại học Sư phạm, Hà Nội, 2008.

14. Nguyễn Ngọc Nam, Nguyễn Hồng Ngọc, Nguyễn Công Khanh, Ấn tượng trong phút đầu giao tiếp, NXB Thanh niễn, 2000.

15. Allan Pease, Cuốn sách hoàn hảo về ngôn ngữ cơ thế, Lê Huy Lâm dịch, NXB Tổng họp Tp HCM, 2008.

16. Huỳnh Văn Sơn (chủ biên), Bùi Hồng Quân, Kỹ năng giao tiếp, NXBTrẻ, 2011.

17. Nguyễn Thạc, Hoàng Anh, Luyện giao tiếp sư phạm, NXB ĐH Sư phạm Hà Nội, 1991.

18. Trần Ngọc Thêm, Cơ sở văn hoá Việt Nam, NXB Giáo dục, 2007.

19. Trần Trọng Thủy, Nguyễn Sinh Huy, Nhập môn khoa học giao tiếp, NXB Giảo dục, 1996.

20. Đoàn Thị Hồng Vân - Bài giảng các nguyên tắc giao tiếp http:// tailieu.vn/xem-tai-lieu/bai-giang-cac-nguyen-tac-trong-giao- tiep.260808.html

TIẾNG NƯỚC NGOÀI

1. Andrew Sobel, Power Questions: Build Relationshỉps, Win New Business, and Influence Others, 2012.

2. Barbara Pease and Allan Pease, The Definitive Book of Body Language: The Hidden Meaning Behind Peoples Gestures and Expressions, 2006.

3. Dale Camegie, How to win ýrỉend and inỷỉuence people, New York. 1981.

4. D. Hook, D. Franks, B. Bauer, The Social Psychology of Communication, 2011.

5. E.p. Ilin, Tâm lý học giao tiếp, NXB Peter, 2011. Tài liệu tiếng Nga.

6. Harvard Business Review, Harvard Business Review on Communicatỉng Effectỉvely, 2011.

7. Kevin T. McCamey, The Secrets of Successýul Communication: A Simple Guỉde to Effective Encounters in Business, 2011.

8. Les Giblin, Skill With People, 2010.

9. Mark Goulston, Just Listen: Discover the Secret to Getting Through to Absolutely Anyone, 2015.

10. M. Argue, Socỉal Interaction, London, 1969.

11. Owen Hargie, The handbook of communication skills, 2006.

12. Penny Carté, Chris Fox, Briding the culture gap-A practical gidde to internatiomal busỉness communication, Replika Press Pvt. Ltd. 2008.

13. Savignon, Sandra J. (ed.) Interpreting Communicative Language Teachỉng: Contexts and concerns ỉn teacher education. New Haven. Yale University Press, 2002.

14. S. Shyam Sundar, The Handbook of the Psychologv of Communỉcation Technology, 2015.

15. Jon Eisenson, J. Jeffery Auer, John V. Irwin, The Psvchology of Communỉcation, Staníord University, 2015.

16. John Baldoni, Great Communỉcation Secrets of Great Leaders. 2003.